

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Periodismo II



**PRODUCCIÓN, CONSUMO E INTERCAMBIO DE
CONTENIDOS EN INTERNET : UN ANÁLISIS DE LAS
PRÁCTICAS DE LOS USUARIOS DESDE LAS
PERSPECTIVAS DE LA CIBERCULTURA O CULTURA
DIGITAL**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR**

Bruno Souza Rosinha

Bajo la dirección del doctor

Ángel Luis Rubio Moraga

MADRID, 2013

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Periodismo II



**Producción, consumo e intercambio de contenidos en Internet:
un análisis de las prácticas de los usuarios desde las
perspectivas de la Cibercultura o Cultura Digital**

MEMORIA PRESENTADA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR POR

Bruno Souza Rosinha

Bajo la dirección del Doctor:

Angel L. Rubio

Madrid, 2013

Agradecimientos

Dedico esse trabalho a minha querida Belén, professora de tantas coisas, a minha família e a todos aqueles que direta ou indiretamente me ajudaram e me inspiraram ao longo dessa caminhada, tanto na fase brasileira como na fase espanhola. Agradeço também a meu orientador Angel Rubio, cuja ajuda e apoio foram fundamentais para a realização desse trabalho.

De cada cual según su capacidad, a cada cual según su necesidad.

Karl Marx

The desire to be rewarded for one's creativity does not justify depriving the world in general of all or part of that creativity.

Richard Stallman

Índice

SUMMARY	5
INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	11
CAPITULO I – METODOLOGIA Y TECNICA DE RECOGIDA DE DATOS	
1. Introducción	20
1.1. Justificación de la investigación empírica	20
1.2. Objetivos de la investigación	22
1.2.1. Generales	22
1.2.2. Específicos	22
1.3. Hipótesis	22
1.4. Límites temporales de la investigación	25
1.5. Límites geográficos de la investigación	25
1.6. Población	26
1.7. Muestreo y muestra	26
1.8. Elección de la técnica de investigación	28
1.9. Planificación del cuestionario	31
1.9.1. Redacción del cuestionario	32
1.9.2. Modo de aplicación del cuestionario	33
1.9.3. Publicación del cuestionario	34
1.9.4. Pretest	35
1.10. Divulgación del cuestionario	35
1.10.1. Otras formas de divulgación del cuestionario	37
1.11. Presentación del cuestionario y objetivos de las preguntas	37
 PARTE I – ESTADO DE LA CUESTIÓN	
 CAPÍTULO II – INTERNET Y CIBERCULTURA	
2. Historia y desarrollo	44
2.1. World Wide Web	46
2.1.1. La expansión de Internet en números	48
2.2. Ciberespacio y Cibercultura	49
2.2.1. Ética o Cultura Hacker	53
2.2.2. Cibercultura o Cultura de Internet	55
2.2.3. Los proyectos para la Cibercultura	60
 CAPITULO III – DERECHOS DE AUTOR	
3. Derechos de Autor y Copyright	67
3.1. Los conceptos de Copyright y Derechos de Autor	71
3.1.1. Evolución de los conceptos de Copyright y Derechos de Autor	72
3.2. Cambios en la legislación de Copyright en EEUU	75

3.2.1. Digital Millenium Copyright Act	76
3.2.2. Nuevos proyectos de ley en EEUU: SOPA y PIPA	78
3.3. Cambios en la legislación de Copyright en la UE	82
3.3.1. ACTA	83
3.4. Sociedades de gestión colectiva de Derechos de Autor	85
3.4.1. Las primeras sociedades de gestión colectiva de Derechos de Autor	87
3.4.2. La SGAE	88
3.4.3. El ECAD	90
3.5. Una comparativa sobre la situación de los Derechos de Autor	92
3.5.1. Derechos de Autor en España - cuadro actual	92
3.5.2. Derechos de Autor en Brasil - cuadro actual	94
3.6. Copyleft	97
3.6.1. Creative Commons	98

CAPITULO IV – PIRATERÍA

4. El concepto de Piratería	102
4.1. Piratería intelectual	105
4.2. Piratería en Internet	108
4.3. <i>Single issue parties</i>	112
4.3.1. Partidos pirata	114
4.3.2. Manifiesto del Partido Pirata y público votante	117

CAPITULO V – DISTRIBUCIÓN Y DESCARGA DE ARCHIVOS DIGITALES

5. Archivos digitales	120
5.1. Tipos y tamaños de archivos	121
5.2. Tipos de conexión	123
5.2.1. Estadísticas de conexión por banda ancha	126
5.3. Tecnologías de compresión de datos	128
5.3.1. MP3	128
5.4. Medios de distribución de archivos digitales	130
5.4.1. Plataformas de <i>streaming</i>	131
5.4.2. Descargas directas	133
5.4.3 Webs de almacenamiento de archivos	133

CAPITULO VI – P2P

6. Intercambio	135
6.1. Las redes Peer to Peer (P2P)	137
6.2. Tipos de redes P2P	138
6.3. Programas de intercambio de archivos	140
6.4. Conflictos jurídicos	142
6.5. Napster	144
6.5.1. El cierre de Napster	145
6.6. Otros programas de intercambio de archivos	147
6.7. Estadísticas de uso de las redes de intercambio de archivos	148

6.8. BitTorrent	150
6.8.1. Estructura de una red BitTorrent	151
6.8.2. Descargas de archivos BitTorrent	151
6.8.3. Clientes BitTorrent	152

PARTE II – INVESTIGACIÓN EMPIRICA

CAPITULO VII - RESULTADOS DE LA ENCUESTA

7. Perfil de los participantes de la encuesta	154
7.1. Resultados generales	154
7. 2.Resultados de la encuesta según las variables principales	169
7.2.1. Resultados por sexo	169
7.2.2. Resultados por edad	176
7.2.3. Resultados por estudios o formación	186
7.2.4. Resultados por actividad	197
7.2.5. Resultados por usuarios de redes P2P	206

CAPITULO VII - CONCLUSIONES	215
------------------------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	224
---------------------	-----

WEBGRAFÍA	228
------------------	-----

SITIOS WEB CONSULTADOS	231
-------------------------------	-----

INDICE DE GRAFICOS	233
---------------------------	-----

SUMMARY

Overview

Over the last 20 years internet has evolved from a network restricted to the academic and governmental circles to a complex web that connects billions of people around the world. In this process Internet has changed and became something very different from what it was originally designed to be.

Nowadays Internet is at the same time a giant library, a huge mall and a collaborative learning center. All those different features lead to different uses and sometimes those uses are in conflict. While digital culture is centered in sharing content and creating knowledge in a collective manner, there are other trends that view Internet as another mean of selling products to a worldwide market.

The world wide network that we know today as Internet was originally a product of a military communication program. It was designed to be an information exchange tool between computers without the need of a central point computer to control the information flow. This characteristic would allow the network to continue running even in the event of a military attack.

The network would soon become available at universities in the USA, where it was used as a tool to exchange information and knowledge between professors and researchers. This kind of usage would print some marks at the network, and freedom of information would become the new motto in an Internet that was being shaped by its developers, a vast and diffuse group of computers hard users that would later be known as hackers. For those users

freedom of information was a core value, and knowledge should be a shared commodity. These were the cornerstones of a new culture born in the digital networks, the hacker culture.

From those principles of the hacker culture derives what is known nowadays as Digital Culture or Cyberculture. Both terms refers to a particular way of using and behaving in Internet, based on the same principles that were inherited from the hacker culture.

The same technology can be used in many different ways and this statement is also true for the digital means of communications. Besides all the changes that Internet has been through in the past 20 years, since it has been opened to the general public in the 1990`s, many of its features and the uses that people gives to the network are very similar to those of its first users. Unfortunately, nowadays those uses are being claimed outlaw by a large number of governments around the world.

Social relevance of the research

Increasingly what occurs on the Internet affects the everyday lives of people outside the digital world. Topics such as privacy and freedom of information in the network are part of the agenda of governments, NGOs and mass media. There is almost a consensus about the necessity of regulating some activities in the network in order to preserve the rights of users and companies that operates on Internet.

In this context, one of the most important topics is content download and file sharing, as we can see by its continued presence in the media (newspapers, magazines,

television) in Spain and almost every country in the world. Despite many attempts to regulate downloads of cultural goods on Internet, there is still no clear governmental policy on the issue of content downloads. Thus, an intense debate between those who believe in free flow of information in Internet and those who believe that there must be greater control over download of content protected by copyright still remain.

The echoes of these debates can also be heard in the university. There are many works that attempt to bind or unbind the increasing number of downloads with the shrinking sales of cultural content industry. Nevertheless, the majority of these studies focus on numbers and not in the users of file sharing programs (Peer to Peer networks). There are little information about those users and even less about their uses and practices on Internet. This research intends to help to fill this gap by providing empirical data on the practices and uses of Peer to Peer users on Internet.

Theoretical Framework

In the writing process of this work we have read many books about copyright and digital culture, like the ones from Jessica Litman and Lawrence Lessing, that discuss the development of copyright laws throughout the years especially in the USA. The legal system of this North American country is very important because it has been used as a model for new copyright legislation in many other countries.

Other important topics of studies where Cyberculture and Digital Culture, where we can highlight the work of French philosopher Pierre Levy, specially his book Cyberculture.

We can also highlight the studies on new technologies carried by Manuel Castells on his book *The Internet Galaxy*.

Object of study

The objects of this research were the practices in Internet of P2P programs users, seen from the perspective of Cyberculture or Digital Culture.

Objectives of the research

The overall objective was to identify the characteristics of users of file-sharing programs (P2P), based on the knowledge of their practices on the Internet and their socio-demographic characteristics.

As specific objective we proposed to identify patterns of file download by users (for instance, use of file sharing programs, types of downloaded files and download rate) and patterns of production, publication and exchange of contents (authorship of uploaded content, rate of file upload, types of uploaded files, entries in weblogs and social networks) of P2P network users.

Methodical approach

Due to the fact that P2P users are a large group that is widespread throughout a large geographical area and, on the other hand, can easily be reached by Internet, we decided to use an electronic survey as a method of data collection. The questionnaire was sent only once by email, since the

research did not involve the need of measuring temporal variation.

The survey planning took into account the need to measure sociodemographic characteristics such as sex, age and education, but also which kinds of activities are carried out by P2P networks users in Internet. We wanted to know if those activities could be related to the kind of practices that are described by some authors as typically representative of a Digital Culture or Cyberculture.

Hypothesis

In the first place, we intend to demonstrate that users of file-sharing programs or P2P networks use the network in a very cooperative way, if compared to the regular user of Internet. This uses are characteristic of a Digital Culture or Cyberculture.

We also assume that the amount and frequency of uploading files to the Internet made by users of P2P networks tends to be higher than among average Internet users.

These hypotheses were developed during several years of readings about Digital Culture and the changes caused by the emergence of the new Information and Communication Technologies.

Also, the everyday practice and work on the development of projects in the field of digital communication was another important foothold in the development of these hypotheses, by providing the practical counterpart to the theoretical process.

By means of this contact and observation, we developed the idea that the Internet uses may differ depending on users' familiarity with new technologies, being the more

experienced users those who download content more often, but also the ones who provide more content on the Web. This type of Internet use was consistent with that described in the theoretical works on Cyberculture or Digital Culture.

INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

En los últimos 50 años hemos sido testigos de la aparición, crecimiento y consolidación de las comunicaciones por redes de ordenador, un tipo de tecnología de comunicación que, contrariamente al *broadcast*¹, funciona de punto a punto, de manera análoga a las redes telefónicas. La gran protagonista de este proceso sin duda fue Internet, la red pública y global de ordenadores.

La historia de la evolución de las comunicaciones en red se confunde con la historia de Internet. En principio una tecnología desarrollada por los militares estadounidenses, que deseaban tener un sistema de comunicación descentralizado que pudiese resistir a una guerra nuclear, la red de ordenadores que conocemos hoy empezó a tomar forma en las universidades, donde fue utilizada esencialmente como una herramienta de difusión de conocimiento entre pares, adaptada a las necesidades y ritos del ambiente académico.

Más tarde la mezcla entre los principios de libre circulación de la información y colaboración entre pares cultivados en la universidad y las prácticas de los desarrolladores de nuevas tecnologías informáticas (*geeks* y *hackers*) volvió a transformar Internet. La Red se convirtió en el territorio de los *hackers*, los usuarios intensivos que propugnaban, por encima de todo, la libre circulación de la información como valor fundamental en Internet.

La palabra "hacker" suele ser inmediatamente asociada, en la cultura popular, con la figura de genios informáticos capaces de introducirse en cualquier ordenador, muchas veces causando daños a gobiernos e instituciones. Pero sin

¹ *Broadcast* (en español, difusión) puede ser definido como una forma de transmisión de información donde un nodo emisor envía información a una multitud de nodos receptores de manera simultánea.

entrar en la discusión sobre la veracidad o no de esta difundida idea, se puede afirmar que los *hackers* fueron responsables de diversos avances tecnológicos que ayudaron a configurar la Internet contemporánea. Sin embargo, pese a la importancia que los nuevos programas y aplicaciones informáticas desarrollados por ellos han tenido, la creación de un nuevo concepto, el de Software Libre, fue tal vez la contribución más importante que estos han dado para el desarrollo de Internet y de las comunicaciones por ordenador. Esta idea sintetizaba la visión del mundo propugnada por la Cultura Hacker e influenciaría a diversos grupos en el futuro, como la organización Creative Commons.

Cuando Internet pasó a estar abierta para el público en general, a partir de mediados de los años 1990, los modos de uso de la Red establecidos en la universidad y en los círculos de programadores informáticos también fueron incorporados por parte de multitud de nuevos usuarios. La Cultura Hacker, al salir del ámbito restrictivo en que se encontraba, se expandió y paso a ser conocida como Cibercultura o Cultura Digital. Una cultura que podríamos definir como aquella nacida de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs), como Internet.

A medida que la importancia de Internet crecía y la Red llegaba a un número cada vez mayor de personas, la idea de que la información debería circular libremente por ella empezó a ser contestada, especialmente por los representantes de la llamada industria de contenidos o industria cultural. Esta industria cultural, entendida aquí no como el concepto desarrollado por los frankfurtianos, sino como los fabricantes de bienes culturales masivos en su conjunto, tenía su modelo de negocio basado en la venta de copias de originales protegidas por derechos de autor. Por esa razón sus representantes sentían que sus intereses podrían estar amenazados por la manera en que un grupo cada vez mayor de usuarios estaría utilizando Internet.

La información, vista por gran parte de los miembros de la comunidad académica y por los *hackers* como un derecho fundamental cuyo acceso debería ser facultado a todos, tuvo su carácter de propiedad privada resaltado por los grupos que empezaban a ver sus intereses amenazados por el uso de la Red. Internet no podría ser un territorio sin ley, argumentaban los defensores de la regulación del tránsito de información *online*. La presencia de grupos empresariales organizados en Internet, que movían grandes sumas de dinero dentro y fuera de la Red, cuestionaba la naturaleza libertaria propuesta para Internet por sus primeros usuarios.

Poco a poco fue tomando cuerpo un debate, capitaneado por los medios de comunicación de masas tradicionales, sobre la información propietaria, aquella que está garantizada por la legislación de derechos de autor. Esta estaría amenazada por la ampliación del uso de la Red y por la diseminación de la Cultura Hacker, ahora llamada Cultura Digital o Cibercultura. Era necesario tornar la legislación más rigurosa, de cara a no permitir que este modo de utilización de la Red llegara a un público todavía más grande.

En 1998 el congreso de EEUU aprueba el *Digital Milenium Copyright Act* (DMCA). La nueva ley proporciona a los representantes de la industria de contenidos instrumentos para criminalizar determinadas prácticas que hasta aquel momento habían estado en la base del propio desarrollo de las tecnologías de comunicación por redes, inaugurando una nueva etapa, más restrictiva, para los usuarios de Internet.

La historia reciente de Internet y la Red que conocemos hoy puede ser entendida como el resultado de la disputa entre dos visiones antagónicas sobre cómo debe funcionar la comunicación en red: por un lado aquellos que apoyan el concepto de propiedad privada de la información y que creen que Internet debe estar bajo control. Por otro, aquellos que piensan que la prioridad debe ser dada a la

libre circulación de la información, ubicando este derecho por encima de lo derecho a la propiedad.

El primer grupo, por lo menos en lo que concierne a la legislación sobre Internet, ha obtenido clara ventaja hasta ahora gracias a diversos factores entre ellos su gran poder económico. Las leyes que buscan regular el uso de la Red se han vuelto cada vez más rigurosas en los años posteriores a la promulgación de la DMCA. Leyes semejantes a la estadounidense han sido creadas en muchos países y la perspectiva para el futuro es que nuevas legislaciones aun más rigurosas sean aprobadas incluso a nivel internacional.

No obstante, moldear el uso de un sistema de comunicación complejo como es Internet solo por medio de restricciones legales es una tarea bastante complicada, aun considerando la capacidad que tiene la industria de contenidos de hacer presión junto a los legisladores con la intención de salvaguardar sus intereses. Para que Internet se convirtiera en un territorio seguro para los contenidos protegidos por Copyright, también se hacía necesario un cambio cultural, una mudanza en la forma como las personas se relacionaban con la red.

La tecnología nunca es neutral o independiente de las relaciones sociales existentes. Los instrumentos y las técnicas que están presentes en el cotidiano de las personas son resultado de determinadas maneras de ver el mundo, y no productos exclusivos de la necesidad de superar dificultades o del mero azar. Confrontado con la necesidad de recorrer distancias mayores que aquellas que podrían ser atravesadas con el auxilio de fuerza de tracción animal, el hombre desarrolló la tecnología de los motores de combustión. Los motores permiten mover diversos tipos de vehículo, sin embargo el principal producto derivado de esta tecnología fue el automóvil. El automóvil es una de las diversas maneras de aplicar la tecnología del motor de combustión. Su popularidad no es resultado de una mayor eficiencia en relación a otros vehículos: los trenes y los autobuses son capaces de mover una mayor cantidad de

personas a un coste per cápita inferior al del automóvil. El éxito de los coches reside en la opción social por el transporte individual, fomentada por el propio *ethos* de nuestra época, extremadamente individualista, así como por las diversas campañas publicitarias que refuerzan el status social que el automóvil confiere a sus propietarios.

La forma colectivista de utilizar Internet propuesta por sus primeros usuarios pudo desarrollarse sin problemas mientras los usuarios de la Red no alcanzaron un número excesivo. Pero en el momento en que la tecnología llegó a las masas, los intereses contrarios tuvieron que actuar para cambiar los rumbos de la utilización de la tecnología, aun cuando su estructura básica, compuesta de diversos puntos interconectados sin un eje central, sugiere la forma de utilización de Internet propuesta por la Cibercultura o Cultura Digital como la más racional.

A la vez que pedían una legislación de protección a los derechos de autor más dura en Internet, los grupos económicos vinculados a la industria del entretenimiento también intentaban adaptar la Red a su modelo de negocio y, en última instancia, a su modelo de sociedad. En este momento surgen los grandes portales de contenidos, un tipo de sitio web que, en cuanto a la dirección del flujo informativo, funcionaba de forma muy semejante a un periódico, revista o canal de televisión tradicional.

Pero el carácter interactivo y descentralizado de la Red no podría ser olvidado con facilidad. Fuera del Internet de los grandes grupos de comunicación, en la cual empresas como AOL pasaron a valer miles de millones después de empezar a cotizar sus acciones en bolsa, los desarrolladores informáticos y entusiastas de las nuevas tecnologías en general continuaron creando herramientas que tenían la capacidad de explotar mejor las características de Internet que aquellas que estaban siendo publicitadas y comercializadas por la industria de contenidos, recién instalada en la web.

Cuando a principios del siglo XXI las llamadas empresas punto com empezaron a sufrir grandes pérdidas financieras y cerrar sus puertas, debido al *crash* de Nasdaq, otra vez surgió la oportunidad para que modelos alternativos de explotación de la Red emergiesen. En este momento empiezan a extenderse las herramientas de publicación instantánea conocidas como blogs y las webs colaborativas de tipo wiki, cuyo ejemplo más conocido hoy es la popular Wikipedia. Estas webs y aplicaciones partían de la premisa de que su contenido debería ser generado por los propios usuarios. Además, permitían que el poder de editar y publicar información se repartiera entre los participantes de forma más democrática que en los portales de contenidos, por ejemplo.

Por esta misma época surge Napster, la primera red de intercambio de archivos o Peer to Peer² que alcanzó un uso masivo. Las redes P2P tienen como principal característica la descentralización, puesto que en ellas cada ordenador es potencialmente servidor y consumidor de información. En poco tiempo esta red de intercambio se transformó en el principal motivo de uso de la Red para millones de usuarios. Aunque Napster nunca pudo ser considerada una red P2P pura, puesto que el intercambio de archivos necesitaba de la intermediación de un servidor central, el uso de esta red devolvía Internet a su función original, tal cual fuera imaginada por sus primeros ideólogos: ser un espacio de conversación directa y horizontal entre sus diversos usuarios (Peer to Peer).

El apogeo de Napster duró poco tiempo. Los programas que propiciaban el intercambio de archivos entre usuarios, práctica que se remontaba a los comienzos de la Red, fueron considerados ilegales en muchos países, con la justificación de que una gran parte de los archivos compartidos en estas redes P2P eran contenido protegido por derecho de autor. La red Napster fue cerrada y muchos de

² En esta tesis utilizamos las expresiones Peer to Peer, P2P y redes de intercambio de archivos como sinónimos.

sus usuarios, así como los de otros programas similares, fueron obligados a pagar indemnizaciones a músicos profesionales o a empresas discográficas. Pese a las amenazas, otras redes P2P continuaron funcionando después del cierre de Napster y siguen operando hasta hoy, aunque en ningún momento ninguna de ellas llegó a alcanzar el mismo nivel de importancia de Napster, tanto en número de usuarios como en materia de repercusión mediática.

Así como las demandas legales, los medios de comunicación también tuvieron un papel importante en la caída de las redes P2P. Una campaña contra la "piratería en Internet", que supuestamente estaría dañando la industria musical, empezó a ser propagada por las discográficas y las sociedades de autores y repetida por los medios de comunicación de masas. Los usuarios de las redes de intercambio eran constantemente clasificados como "piratas" o "sanguijuelas" en algunos periódicos y telediaros, diseminando la creencia de que estas personas en nada podrían contribuir para la creación y difusión cultural; al contrario, si su actividad "pirata" continuase en breve la sociedad podría quedarse sin ninguna forma de expresión artística.

Las redes de intercambio de archivos perdieron importancia en los últimos años. Otras formas de obtener contenidos gratuitos en Internet se extendieron, como las descargas directas de archivos almacenados en webs como Rapidshare o Megaupload. Sin embargo la industria fonográfica, que no volvió a recuperar el nivel de ingresos que tenía antes de la aparición de las redes P2P, no actuó contra estas webs con la misma contundencia con la que había luchado contra las redes P2P.

Por otro lado la ascensión de las redes sociales demostró que los propios usuarios de Internet eran capaces de generar el contenido consumido en la Red y que la libre circulación de la información y la construcción colectiva del conocimiento, principios de la Cibercultura heredados

de la Cultura Hacker, no son incompatibles con actividades que puedan generar beneficios.

En esta tesis presentaremos una investigación con usuarios de redes de intercambio de archivos (redes P2P). El objetivo de esta investigación empírica es conocer los hábitos de los usuarios de estas redes en cuanto a la producción y consumo de información en la Red. Nuestra hipótesis es que la marginación y la persecución promovida contra las redes P2P y sus usuarios, expresada en el uso de términos como "sanguijuela" y "pirata", no se justifica cuando observamos las practicas de los usuarios de redes Peer to Peer en Internet. Observados desde el punto de vista de la Cibercultura o Cultura Digital, que propugna la libre circulación de la información, la colaboración entre pares y la construcción colectiva del conocimiento, estos usuarios serían en realidad más "eficientes" que la media de los usuarios de la Red.

Al contrario de lo que argumenta la industria, creemos que la producción cultural e intelectual puede seguir existiendo bajo un nuevo modelo productivo, en el cual los productores de información, sea esta una obra de arte, un texto periodístico o una investigación científica, están en contacto directo con los consumidores y que estos, a la vez que consumen, también produzcan contenidos. La importancia social de esta investigación reside en el hecho de que proporciona datos empíricos que pueden o no confirmar la viabilidad de este nuevo modelo de producción cultural, basado en la cultura surgida del uso de las redes de comunicación informáticas.

Los programas P2P, pese a la perdida de usuarios que han sufrido recientemente, siguen representando una manera de utilización de Internet condenada por algunos sectores de la sociedad, que propugnan otro modelo de uso, más controlado. Control que, seguramente, sería ejercido por aquellos que poseen los recursos económicos y poderes políticos para ello. Aportar datos que auxilien a decidir qué tipo de modelo de uso de Internet puede ser más

eficiente es del interés tanto de un grupo como de otro y también de la sociedad en general.

La primera parte de la tesis detalla la metodología elegida para la investigación, sus objetivos, hipótesis y marco teórico. La segunda parte consiste en la presentación de un cuadro general sobre Internet, Cultura Digital, Derechos de Autor, Piratería y redes P2P. Cuando los asuntos están sujetos a variaciones en función de las diferencias entre países, como por ejemplo en el caso de las legislaciones de derechos de autor, adoptamos una perspectiva partida entre Brasil y España. La elección de estos dos países se debe a factores exclusivamente personales: Brasil es el país de origen del investigador y España es el país donde se desarrolla la investigación.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta son explicados de forma general y en función de algunas variables seleccionadas. Finalmente, hacemos un análisis de los datos desde la perspectiva proporcionada por el marco teórico elegido, la Cultura Digital o Cibercultura.

CAPITULO I - METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE RECOGIDA DE DATOS

1. Introducción

En esta primera parte de la tesis doctoral presentaremos la metodología utilizada para obtener los datos sobre las prácticas en Internet de los usuarios de redes P2P.

Empezaremos explicando por qué se hizo necesaria una investigación empírica con los usuarios de programas de intercambio de archivos, los objetivos de la investigación y las hipótesis planteadas al principio de la misma. Además, justificaremos la elección del método de recolección de datos y la forma de aplicación de este material.

Posteriormente haremos una explicación detallada de la herramienta utilizada para abordar el objeto de estudio y presentaremos los datos obtenidos por medio de la misma, primero de forma general y luego teniendo en cuenta las variables sexo, edad, escolaridad, actividad y uso de redes P2P.

Al final concluiremos la investigación con un análisis de los datos obtenidos de los usuarios, que nos permitirá saber si estos confirman o no las hipótesis planteadas al principio de la investigación.

1.1. Justificación de la investigación empírica

El intercambio de archivos en Internet ha sido objeto de debate dentro y fuera del ámbito de la universidad en los últimos años. Casi siempre el tema central de estos análisis eran las variaciones en el número de ventas de las discográficas y otras empresas productoras de contenido, supuestamente generadas por las descargas de archivos protegidos por Derechos de Autor.

Estos artículos e investigaciones intentaban vincular el crecimiento del número de descargas con la caída de ventas de productos culturales, especialmente los de tipo audiovisual (música y películas) o, por el contrario, pretendían demostrar que la Piratería no afectaba el negocio de las industrias de contenido. Un ejemplo del primer tipo de trabajo es el artículo de Sandulli y Barbero (2006). En contrapartida, el texto de Schuh (2006) es un buen ejemplo del segundo tipo.

Otros trabajos, como el de García y Romero (2007), tenían como objetivo entender las actitudes de los usuarios de Internet respecto a la llamada piratería de contenidos, intentando "poner de relieve la existencia de vínculos significativos entre determinados antecedentes de la actitud hacia conductas éticamente cuestionables y la intención de realizar descargas de música a través de Internet." Respecto a las redes P2P, la tesis doctoral de Calvi (2004) es un excelente ejemplo de estudio exploratorio sobre el tema, centrándose especialmente en las cuestiones económicas, culturales y políticas derivadas de las descargas de contenido. Hay también diversos estudios sobre los aspectos técnicos de las redes de intercambio de archivos, como los de Pancorbo (2009) y los de Barcelos y Gasparay (2006).

Sin embargo la mayor parte de los trabajos mencionados apenas aportan datos empíricos sobre los usuarios de programas P2P, sus hábitos de consumo y producción de contenidos y la frecuencia con que comparten archivos en Internet. De igual modo, los bancos de datos del INE (Instituto Nacional de Estadística) proporcionan poca o ninguna información respecto a este tema. El problema que pretendemos investigar se encuentra en el campo de lo empírico porque, para responder a la cuestión que se plantea, se hace necesario conocer las actividades y medir el grado de participación de los usuarios de Internet en general y, en especial, de los usuarios de programas P2P. Debido a la carencia de datos objetivos sobre los usuarios de programas de intercambio de archivos mencionada

anteriormente, surge la necesidad de recolectar datos empíricos que nos permitirán sostener las hipótesis planteadas en la investigación.

Para lograr este objetivo, se eligió la encuesta como herramienta de investigación. Según Ferrando, Ybañez y Alvira (2000) la encuesta es "una de las escasas técnicas disponibles para el estudio de las actitudes, valores, creencias y motivos". Tratase de una técnica muy difundida y utilizada en las investigaciones sociales y que, en formato electrónico, nos permite alcanzar un gran número de usuarios en diferentes zonas geográficas.

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Generales

En el presente estudio nos proponemos como objetivo general identificar las características de los usuarios de programas de intercambio de archivos (P2P), a partir del conocimiento de sus prácticas en Internet y de sus rasgos socio-demográficos.

1.2.2. Específicos

Como objetivos específicos nos planteamos identificar las pautas de consumo de archivos (como uso de programas de descarga de archivos, tipos de archivos descargados, frecuencia de descargas) y las pautas de producción, publicación e intercambio de contenidos (autoría de los contenidos subidos, frecuencia de subida de archivos, tipo de archivos subidos, participación en weblogs y redes sociales) de los usuarios de redes P2P.

1.3. Hipótesis

Para la presente investigación partimos de dos hipótesis que describimos a continuación.

En primer lugar, pretendemos demostrar que los usuarios de programas de intercambio de archivos o redes P2P utilizan Internet según los preceptos de una cultura basada en la horizontalidad, el intercambio y la cooperación (Cultura Digital o Cibercultura). Además de descargar contenidos gratuitamente desde Internet, también producen y comparten información en la Red en gran cantidad, según la lógica de la construcción colectiva del conocimiento. Medir la frecuencia con que los usuarios de estas redes suben contenido a Internet nos ayudará a probar esta hipótesis.

También suponemos que la cantidad y frecuencia de subida de archivos a la Red efectuada por los usuarios de redes P2P tiende a ser mayor que entre los usuarios medios de Internet. Además, creemos que estas personas participan activamente en la Red, manteniendo páginas web, blogs y perfiles en redes sociales. Por medio de una comparación entre los datos obtenidos entre los usuarios de estas redes y los no usuarios esperamos demostrar esta hipótesis.

Estas hipótesis fueron desarrolladas a lo largo de varios años de lecturas sobre Cultura Digital y sobre los cambios originados por la eclosión de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información. Destacamos en especial los trabajos de Pierre Levy y Lawrence Lessig, sobre los usos de la Red y sobre las nuevas formas culturales surgidas en ella, como inspiradores de las hipótesis formuladas en esta tesis.

También la práctica diaria y el trabajo en el desarrollo de proyectos en el campo de la comunicación digital fueron otro importante punto de apoyo en la elaboración de estas hipótesis, al proporcionar la contraparte práctica al proceso de elaboración teórica.

Esta labor posibilitó el contacto directo con personas en diferentes etapas de su desarrollo como usuarios de la Red, desde aquellos que poseían poco conocimiento de las nuevas tecnologías hasta usuarios experimentados,

habituados a utilizar Internet desde antes de la aparición de la web.

Por medio de este contacto y observación, se desarrolló la idea de que los usos de Internet podrían ser distintos en función de la familiaridad de los usuarios con las nuevas tecnologías, siendo los usuarios más experimentados aquellos que además de descargar contenidos con frecuencia, también aportaban más información en la Red. Este tipo de uso de Internet estaba conforme con aquel descrito en los trabajos teóricos sobre Cibercultura o Cultura Digital.

En el transcurso de la investigación también otras hipótesis o sub hipótesis se han ido sumando a las ideas originales. Respecto a las redes sociales, sin duda las plataformas más destacadas de la llamada web 2.0, una de las hipótesis es que éstas actúan hoy como una especie de curso introductorio de comunicación horizontal y participativa, ayudando, por su estructura claramente adaptada a la comunicación en red, a fomentar entre sus usuarios la participación activa en la Red.

Esto se debe fundamentalmente a dos aspectos presentes tanto en las redes sociales como en otras webs 2.0: primero, estas webs simplifican el antes complicado proceso de subida de archivos, disminuyendo así el tiempo necesario para que un usuario inexperto de Internet sea capaz de pasar de la condición de receptor a emisor de información. Segundo, estas webs proporcionan a sus usuarios un conjunto de contactos (amigos), que en la práctica actúan como un público consumidor de información, estimulando así la comunicación entre iguales y el intercambio de información.

También pasamos a opinar, a lo largo del proceso de redacción de la tesis, que el grado de participación activa en la Red está directamente vinculado a la edad de los usuarios. Los más jóvenes, que crecieran y crecen en un tiempo en que Internet ya es un medio de comunicación corriente y no una novedad incomprensible, suelen publicar mas contenidos en la Red que aquellos usuarios que han

crecido en un tiempo en que los medios de comunicación se caracterizaban por un bajo grado de interactividad.

Expandiendo las dos sub hipótesis anteriores, podemos decir que la utilización de la Red según los principios de la Cultura Digital o Cibercultura parece estar directamente vinculada a un mayor conocimiento, o a un mayor grado de experiencia, en la utilización de los recursos técnicos de la comunicación en red. En la medida en que la posibilidad de utilización de estos recursos este más difundida entre los usuarios, sea por medio de la aparición de nuevas herramientas que faciliten la publicación y difusión de información, sea por un aumento del grado de *expertise* en el uso de Internet, será posible observar un aumento en la participación activa de los usuarios en la Red, tal y como se observa hoy entre los usuarios de las redes P2P.

1.4. Límites temporales de la investigación

El período en que se realizó la investigación cuantitativa se extiende durante algo más de 7 meses en el año de 2011. Entre los días 1 y 5 de mayo se realizó el pre-test del cuestionario y entre los días 6 de mayo y 19 de diciembre este estuvo abierto para el público en general. La fecha de cierre del cuestionario fue elegida en función de la cantidad de respuestas obtenidas. Después de esta fecha no se realizó ninguna otra consulta ya que la investigación no planteaba la necesidad de medir cambios en el transcurso del tiempo.

1.5. Límites geográficos de la investigación

La investigación se realizó en un espacio que, en teoría, existe de manera independiente de las fronteras de los estados nacionales. El Ciberespacio es accesible a todos aquellos que dispongan de un dispositivo digital y una conexión a la Red. Sin embargo alguno factores, como

cultura y principalmente lengua, que están directamente vinculados a las identidades nacionales, terminan por condicionar el tránsito de la personas en Internet. Por esta razón podemos afirmar que la investigación está ubicada predominantemente en España y, de forma secundaria, en Brasil. También se podría afirmar que el ámbito de la pesquisa es Iberoamericano.

1.6. Población

Por población se entiende el conjunto de todos los elementos que son objeto de un estudio estadístico. Latorre, Rincón y Arnal (2003) definen población como "el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar el fenómeno. Éstos deben reunir las características de lo que es objeto de estudio".

En la presente investigación, la población son los usuarios de programas o redes de intercambio de archivos P2P. Evidentemente es imposible llevar a cabo un estudio que alcance todo el conjunto de la población que se pretende investigar aquí, debido al tamaño y a la dispersión geográfica de esta población y a las limitaciones económicas y temporales para la investigación. Por este motivo se hizo necesario la selección de una muestra, un subconjunto de la población que fuera representativo del total.

1.7. Muestreo y muestra

Para obtener una muestra a partir de una determinada población se hace necesario utilizar el procedimiento conocido como muestreo. Un empleo correcto de las técnicas de muestreo posibilita que el investigador trabaje solo con una fracción de la población a ser investigada y aun así

pueda plantearse extrapolar los resultados obtenidos en la investigación para la población general.

La eficiencia del muestreo depende de la capacidad de extraer una muestra que sea representativa del conjunto de la población investigada. Para Sierra Bravo (1988), una muestra debe cumplir las siguientes condiciones fundamentales:

- Comprender parte de la población y no su totalidad.
- Tener una amplitud estadísticamente proporcionada a la magnitud de la población.
- No presentar distorsión en la elección de sus elementos.
- Ser representativa o reflejar fielmente la población, de tal modo que sea capaz de reproducir sus características básicas.

Para que las mencionadas condiciones sean cumplidas, los rasgos de los elementos o individuos elegidos para la muestra deben ser similares a los de la población investigada como un todo. La proporción entre los sexos y las edades, por ejemplo, de la población investigada debe estar adecuadamente reflejada en la muestra extraída. Además el tamaño de la muestra debe mantener una cierta proporción con el tamaño del conjunto de la población, como bien señalan Cohen y Manion (1990): "Cuanto más grande sea la población, mayor será la muestra que debe extraerse".

Desafortunadamente en el caso de esta investigación los datos disponibles sobre la población a ser investigada son insuficientes para determinar la validez de la muestra adoptada según los criterios antes señalados. No fue posible encontrar datos exactos sobre el total de personas que utilizan los diversos programas P2P en todo el mundo. Sin embargo, según datos proporcionados por BitTorrent, la empresa responsable de las redes de intercambio de archivos

Bit Torrent y µTorrent, estas redes por sí solas poseían más de 100 millones de usuarios/mes en el año de 2010³.

Para reunir la muestra de 416 personas que tomaron parte en la investigación, siendo de este total 229 usuarios de redes o programas P2P, invitamos los usuarios a tomar parte en la investigación por medio de la divulgación de un cuestionario en Internet, utilizando para este fin los medios disponibles en la red, como los weblogs, las redes sociales, los foros de Internet y el correo electrónico.

Por otra parte, aunque desconocemos con exactitud el tamaño total de la población investigada, es razonable pensar que la muestra reunida puede ser considerada pequeña en relación a la población, por lo que los resultados obtenidos no podrían ser extrapolados al conjunto de los usuarios de redes P2P, pero sí podrían ofrecer indicativos para futuras investigaciones con muestras mayores.

1.8. Elección de la técnica de investigación

Al realizar una investigación científica, uno de los problemas fundamentales con el cual se encuentra el investigador es la elección del método más apropiado para la obtención de datos. De una manera más general, podemos decir que existen dos modos de abordar el objeto en una investigación sociológica: desde una perspectiva humanista o cualitativa, que enfatiza el lenguaje y la interpretación de los hechos, o desde una perspectiva científicista o cuantitativa, que prioriza la medición objetiva del fenómeno.

Las investigaciones de carácter humanista o cualitativas difieren de las de carácter científicista o cuantitativas no solamente en su filosofía o en la manera de abordar el objeto, sino también en los instrumentos que

³ <http://torrentfreak.com/utorrent-bittorrent-hit-100-million-monthly-users-110103/>

utilizan para la recolección de datos, como bien observan Bonilla-Castro y Sehk (1997):

“La discusión sobre los métodos cualitativos y cuantitativos involucra diversos temas filosóficos y epistemológicos, así como una serie de consideraciones sobre las potencialidades y limitaciones de los métodos de recolección de datos con los que se asocia cada uno de los enfoques.” (p.33)

Mientras que las investigaciones de tipo cuantitativo suelen utilizar como herramientas para obtener datos las encuestas y la experimentación, las de tipo cualitativo prefieren la observación participante, las historias de vida y las entrevistas (Martín, 2002).

Para esta investigación hemos adoptado una herramienta de recolección de datos típica de las investigaciones de carácter cuantitativo, la encuesta por medio de cuestionario, en este caso específico un cuestionario electrónico. Ferrando, Ybañez y Alvira (2000) definen de la siguiente manera el cuestionario:

El cuestionario es el instrumento más utilizado para la obtención de datos en los estudios de sociología empírica. Pese a su rigidez, pues se trata de un listado de preguntas que se han de formular de idéntica manera a todos los entrevistados, presenta otras ventajas que superan claramente a sus inconvenientes. La función del cuestionario en el proceso de una investigación social es doble. Por un lado, pretende colocar a todos los entrevistados en la misma situación psicológica y, por otro lado, mediante un sistema de notaciones simples, facilita el examen y asegura la comparación de las respuestas.

La elección del método de obtención de datos en esta investigación no tuvo en consideración las diferencias ideológicas entre los partidarios de cada una de las dos principales vertientes en el terreno de la investigación sociológica. Esta elección está fundada en otros criterios más pragmáticos, como los identificados por Corbetta (2010):

- Ahorro de costes: no fue necesario utilizar material complementario, como hojas de respuesta.

- Flexibilidad en la respuesta: el cuestionario pudo ser rellenado en cualquier momento y en cualquier lugar.
- Garantía del anonimato: el encuestado no tuvo que identificarse.
- Ausencia de distorsiones debidas al entrevistador: Facilidad en la codificación e introducción de los datos, ya que las respuestas son incluidas directamente con la escala predefinida en la investigación. Esta circunstancia minimiza los errores de codificación e interpretación de las respuestas obtenidas.

Un abordaje cualitativo de los usuarios de programas de intercambio de archivos exigiría de nuestra parte una cantidad de recursos incompatible con el presupuesto de la investigación. No se discuten aquí las posibles ventajas de técnicas de recolección de datos como la observación participativa o la entrevista. Esas técnicas permiten "un conocimiento real del objeto, subrayado por la experiencia que de dicho objeto se tiene" (Martín, 2002).

Sin embargo, se adoptáramos por ejemplo una técnica como la observación participativa, para que se pudiera contemplar a los usuarios en directo sería necesario un local en el cual estos pudieran ser observados mientras utilizan sus dispositivos informáticos en un espacio de tiempo largo. Esto demandaría el empleo de un laboratorio o la intromisión del investigador en el espacio íntimo de los sujetos (su casa o el ambiente en el cual utiliza el ordenador), que podría de alguna manera también sesgar los resultados de la investigación.

Para aclarar en mayor medida los motivos por los que las técnicas cualitativas- observación, entrevista cualitativa y uso de documentos- no han sido consideradas idóneas para la realización de este trabajo, consideramos las desventajas específicas de cada una de ellas:

- Técnica de Observación: esta investigación no plantea una interacción directa con los usuarios ni la descripción de sus acciones o motivaciones mediante un proceso de

identificación. De este modo, considerándose el tiempo que se debería dedicar a la observación y la necesidad de interacción, la utilización de este tipo de técnica sería poco recomendable.

- Técnica de entrevista cualitativa: no podríamos utilizar esta técnica porque sería imposible estandarizar los resultados obtenidos. Además, la intervención del entrevistador podría sesgar significativamente la opinión de los encuestados.

- Técnica de uso de documentos: esta técnica no fue utilizada para el desarrollo de la investigación con los usuarios de P2P. Sin embargo, fue útil en el análisis de la bibliografía especializada con vistas a establecer el estado de la cuestión, el marco teórico y las hipótesis.

1.9. Planificación del cuestionario

El cuestionario diseñado para esta investigación fue pensado como una herramienta que posibilitaría obtener informaciones sobre las prácticas de los usuarios en Internet, con especial énfasis en los usuarios de las redes P2P. El objetivo era obtener información sobre la producción y distribución de contenidos creados por los propios usuarios y sobre sus hábitos de consumo de contenidos, además de datos personales que permitirían clasificar a los mismos por categorías como edad, sexo, nacionalidad y ocupación.

Para lograr este objetivo fueron creadas una serie de 19 cuestiones que incluían preguntas de hechos, preguntas de acción y preguntas de identificación. Estas preguntas solo admitían respuestas de tipo cerrado. Algunas de ellas poseían dos alternativas de respuesta (dicotómicas) y otras permitían múltiples opciones. Cuando las preguntas admitían múltiples alternativas de respuesta se decidió limitar las alternativas a un número no demasiado grande siempre que fuera posible con el objeto de no confundir a los encuestados.

El número de preguntas (19) fue fijado para que la encuesta no se hiciera demasiado larga, evitando así que el entrevistado perdiera el interés antes de finalizar el cuestionario. La opción por las preguntas cerradas tenía como objetivo fundamental facilitar el trabajo posterior de procesar y cuantificar las respuestas.

El cuestionario contenía preguntas de respuesta obligatoria que estaban identificadas por un asterisco al lado del enunciado, y preguntas que podrían ser contestadas o dejadas en blanco por los encuestados. Las preguntas no obligatorias dejadas en blanco no impedían la finalización y grabación de los datos del cuestionario en los bancos de datos, pero no contestar a una pregunta obligatoria impedía la finalización del proceso de envío de datos.

En cuanto a la ordenación de las preguntas, se decidió empezar por cuestiones más generales hasta llegar a los puntos más esenciales, utilizando la técnica conocida como embudo (ordenación de las preguntas de lo más general a lo más específico).

1.9.1. Redacción del cuestionario

La forma adoptada para redactar las preguntas busco ser lo más clara y directa posible. Se tuvo también el cuidado de redactar las preguntas de modo que estas expresasen solamente una idea por vez, evitando así una posible duplicidad de interpretación de las respuestas. Cuando el enunciado no parecía suficientemente claro se añadió un ejemplo que suponíamos ilustrativo del significado del término al cual queríamos referirnos.

En cuanto al lenguaje empleado mantuvimos una forma coloquial, con la utilización del pronombre *usted*, identificativo de tratamiento formal en España. Sin embargo nuestra intención no era redactar las preguntas de modo a que se creara un distanciamiento con los encuestados.

Buscamos emplear un lenguaje heterogéneo, siguiendo las recomendaciones de Ferrando, Ybañez y Alvira (2000):

Con frecuencia, la población que se va a encuestar puede tener niveles heterogéneos de educación, por lo que el lenguaje que utilicen unos individuos y otros puede diferir grandemente, así como sus grados respectivos de comprensión. Si se utiliza un lenguaje "culto" se corre el peligro de que las personas de menor nivel de educación no comprendan algunos de los términos incluidos en las preguntas, mientras que si se utiliza un lenguaje excesivamente "vulgar" pueden sentirse desairadas las personas de mayor nivel educativo. En estos casos conviene lograr un compromiso en el tipo de lenguaje utilizado, y que no es otro que el de utilizar un lenguaje que permita comunicar con los entrevistados que tienen los niveles más bajos de educación, al mismo tiempo que se evita la aparición de simplificaciones exageradas.

1.9.2. Modo de aplicación del cuestionario

Inicialmente, fueron planteadas diferentes formas para aplicar la encuesta: por entrevista personal en la calle, por entrevista telefónica utilizando las instalaciones de la Universidad Complutense o por medio de Internet. Dentro de esta tercera opción podríamos hacer el envío de un cuestionario por correo electrónico, pero para que esto fuera posible necesitaríamos un *mailing list* extenso, material del cual no disponíamos en aquel momento.

Los dos primeros métodos fueron descartados por diversas razones. La encuesta telefónica podría ser aplicada desde un teléfono en la Universidad Complutense. Utilizaríamos un programa informático que fuera capaz de elegir los números de manera aleatoria, permitiendo así que la muestra de encuestados fuera elegida también de manera aleatoria, de forma que tuviéramos un universo de encuestados el más heterogéneo posible. Las dificultades técnicas de este sistema y la poca operatividad para conseguir respuestas útiles nos recomendó el descarte de este procedimiento.

La entrevista personal presentaba algunas ventajas en relación a la telefónica, como la posibilidad de trabajar sin la necesidad de utilizar material de la universidad y el contacto directo con los encuestados. La encuesta sería realizada en la calle, aplicada directamente por el investigador y por alguna otra persona entrenada, en un barrio céntrico de la ciudad de Madrid.

Al final se optó por crear, publicar y divulgar un cuestionario directamente en la Red. Esta opción fue la elegida por que nos permitiría llegar a un público geográficamente mucho más amplio que aquel que podría ser alcanzado por medio de la entrevista en la calle. Inicialmente se planteó escribir el cuestionario en inglés pero después se consideró que el castellano sería la lengua más apropiada para alcanzar el público de la encuesta, que probablemente estaría constituido en su mayoría por españoles y brasileños.

1.9.3. Publicación del cuestionario

Para llevar a cabo la encuesta en la web se utilizó la herramienta Google docs, disponible de forma gratuita en la web de Google.

Google docs, además de la gratuidad, presentaba como ventajas una interfaz bastante sencilla y la posibilidad de permitir que el administrador de la cuenta accediera y editara los documentos desde cualquier ordenador con conexión a internet. Otra ventaja de crear un cuestionario en Google docs era la manera como los datos finales de la encuesta podrían ser organizados y presentados por el propio programa, por medio de tablas y gráficos bastante claros y precisos.

Esta herramienta informática también permite a sus usuarios publicar automáticamente en la web los documentos después del término de su edición. A partir de este momento se asigna una URL a cada documento, que pasa a estar disponible en la web para cualquier otro usuario, si así lo

desea el propietario del documento. En el caso del cuestionario presentando aquí la URL asignada fue <https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0Ap7L0RA0xUE-dHJ1M0JYako5U2VJcVNHajFwWE15SlE#gid=0>.

1.9.4. Pre-test

Con el fin de validar el cuestionario propuesto se hizo un pre-test (prueba del cuestionario antes de su lanzamiento definitivo). El objetivo de este pre-test fue determinar si las preguntas estaban suficientemente claras y bien redactadas, si había problemas técnicos en el funcionamiento del cuestionario y si era necesario incluir o quitar alguna pregunta. El pre-test fue enviado a un total de 10 personas y después de algunas alteraciones la versión final del cuestionario fue publicada.

1.10. Divulgación del cuestionario

Con el cuestionario preparado y publicado, se pasó a la fase de divulgación del mismo en la web. La primera manera de divulgar el cuestionario fue por medio de la creación de un weblog sobre cultura digital, titulado Cibercultura, P2P e Industria Cultural. Este weblog contaba inicialmente con una versión en castellano y otra versión en portugués que posteriormente fue dejada en segundo plano debido a las dificultades que suponían la actualización constante del blog en dos lenguas distintas. El weblog, con todos los contenidos generados durante el desarrollo de la investigación que nos ocupa, puede ser visitado en la siguiente dirección: <http://investigacionp2p.wordpress.com>.

En el transcurso de 9 meses, entre marzo de 2011 y diciembre del mismo año, fueron publicados 31 artículos o *posts* en el blog. Estos consistían en resúmenes de libros considerados especialmente determinantes e incluidos en la bibliografía de la tesis (10 en total) y comentarios sobre

noticias relacionadas con la cultura digital y derechos de autor, tanto relativas a Brasil como España (21 posts).

Además de los posts o artículos, el blog presentaba otros 3 apartados:

1. Sobre el proyecto - Presentaba un breve resumen acerca de los principales temas del proyecto; la Cultura Digital, el Copyright y el P2P, además de información sobre el objeto de estudio y el porqué de su elección.
2. Bibliografía - En este apartado se podía encontrar una lista de libros, ordenada por autores, sobre cultura digital y otros temas relacionados, que incluía algunos enlaces para descarga de versiones en PDF de las obras completas.
3. Enlaces de interés - Presentaba una selección de enlaces para webs, blogs y artículos relacionados a la temática del blog.

En una de las pestañas del weblog se puso un enlace para el cuestionario que estaba hospedado en Google docs, además de informaciones respecto a la naturaleza de la encuesta y del proyecto de investigación. Con esto se esperaba que a medida que el blog formara un público lector éste pudiera participar de la encuesta, puesto que, en teoría, los lectores que se interesasen por el asunto también serían el público idóneo para contestar el cuestionario.


A lo largo del año 2011 el weblog recibió un total de 425 visitas, con una media de 2 visitas diarias. En el período en que el cuestionario estuvo abierto al público, entre los días 6 de mayo de 2011 y 19 de diciembre del mismo año, el blog recibió un total de 303 visitas. La versión en portugués alcanzó un total de 107 visitas en el año 2011, con un total de 79 visitas en el período en el cual el cuestionario estuvo activo.

1.10.1. Otras formas de divulgación del cuestionario

Además del weblog, también se manejaron otras maneras de divulgar la encuesta. Por medio de las redes sociales Facebook, Tuenti y Orkut fueron publicados *posts* con el enlace para el cuestionario, en los cuales se explicaba brevemente la naturaleza de la investigación y sus objetivos. En otras tres ocasiones, en los meses de mayo, agosto y octubre, se hizo uso de pequeños *mailing lists* para enviar correos en los cuales se solicitaba la participación en la investigación. Por último, fueron publicados mensajes en foros digitales y blogs sobre nuevas tecnologías y Cultura Digital en los cuales se pidió la participación de los lectores en la encuesta.

1.11. Presentación del cuestionario y objetivos de las preguntas

La primera pregunta tenía como objetivo identificar las posibilidades de conexión a Internet de los encuestados. Se juzgó conveniente saber el local desde el cual ellos normalmente utilizan Internet, puesto que esta variable podría condicionar las actividades realizadas en la Red



1 - ¿Desde donde suele usted conectarse a Internet? *

Elija una o varias opciones. Si no te encaja en ninguna opción, elija other y diga cuál.

☐ 1 - Casa

☐ 2 - Trabajo

☐ 3 - Locutorio

☐ Otro:

Las respuestas posibles para esta pregunta fueran elegidas con base en las opciones que encontramos en otros cuestionarios sobre utilización de Internet, como los del Instituto Nacional de Estadística (INE). La palabra

locutorio aquí se emplea en el sentido que se utiliza coloquialmente en España, para designar un establecimiento desde el cual se puede acceder a Internet mediante pago. La opción locutorio puede haber ocasionado dificultades de comprensión para los encuestados brasileños y de otras nacionalidades que no residen en España.

Las preguntas 2 y 3 pretendían identificar los encuestados que descargan contenidos en Internet, independientemente del tipo de archivo descargado y del medio que se utiliza para hacerlo. Se trata de preguntas filtro que podrían validar respuestas posteriores sobre utilización de programas P2P.

2 - ¿Descarga usted archivos de Internet, como películas o música? *

☐ 1 - Si

☐ 2 - No

3 - ¿Si sí, con que frecuencia?

☐ 1 - A diario

☐ 2 - Semanalmente

☐ 3 - Mensualmente

☐ 4 - Poco frecuente

La pregunta 2 era de respuesta obligatoria, mientras que la pregunta 3 podría ser dejada en blanco. La elección de la posible periodicidad de descarga en la pregunta 3 se basa en un criterio semejante a la escala de Likert, utilizada para medir actitudes, pero con solo 4 niveles en vez de 5.

Con las preguntas 4 y 5 identificamos los usuarios de redes P2P y también el tipo de programa o red de intercambio de archivos utilizado por ellos.

4 - ¿Utiliza usted algún programa P2P para hacer las descargas, como por ejemplo emule o kazaa? *

☐ 1 - Si

☐ 2 - No

Solamente la pregunta 4 era de respuesta obligatoria. La pregunta 5 presentaba una serie de alternativas de respuesta que permitía al encuestado elegir o escribir el nombre del programa utilizado por él. La elección de los nombres de los programas que constan en las alternativas de respuesta se hizo con base en información encontrada en la web respecto a los programas P2P más utilizados.

5 - ¿Si sí, cual programa?
Elija una o varias opciones. Si no te encaja en ninguna opción, elija other y diga cuál.

- ☐ 1 - Emule o Edonkey
- ☐ 2 - Kazaa
- ☐ 3 - Azureus o Vuze
- ☐ 4 - Limewire
- ☐ 5 - µTorrent
- ☐ 6 - Shareaza
- ☐ 7 - Soulseek
- ☐ 8 - Omemo
- ☐ 9 - Nodezilla
- ☐ 10 - Ants
- ☐ 11 - MUTE
- ☐ 12 - Freenet
- ☐ Otro:

La pregunta 6 tenía como objetivo conocer los tipos de contenidos descargados por los usuarios de programas P2P a la vez que ratificaban las respuestas a la pregunta anterior. En las posibles respuestas se proponen 6 clases de contenidos y la opción *otro*.

6 - ¿Que tipo de contenidos suele usted descargar? *
Elija una o varias opciones. Si no te encaja en ninguna opción, elija other y diga cuál.

- ☐ 1 - Musicas
- ☐ 2 - Películas
- ☐ 3 - Libros
- ☐ 4 - Juegos
- ☐ 5 - Software
- ☐ 6 - Documentos
- ☐ Otro:

Las preguntas 7, 8 y 9 pretendían identificar el grado de participación de los encuestados en Internet. Se considera, para efecto de esta investigación, que mantener un blog o tener un perfil en una red social son índices de participación en la construcción colectiva del conocimiento y por lo tanto, de utilización de Internet según los presupuestos de la Cultura Digital o Cibercultura.

<p>7 - ¿Tiene usted algún blog o pagina web personal? *</p> <p><input type="radio"/> 1 - Si</p> <p><input type="radio"/> 2 - No</p> <p>8 - ¿Trabaja o ejerce usted alguna actividad vinculada con Internet o nuevas tecnologías? *</p> <p><input type="radio"/> 1 - Si</p> <p><input type="radio"/> 2 - No</p>

De la misma manera, se considera a aquellas personas que trabajan en alguna actividad vinculada con las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación más familiarizadas con la Cultura Digital.

<p>9 - ¿Participa usted en alguna red social, como facebook o tuenti? *</p> <p><input type="radio"/> 1 - Si</p> <p><input type="radio"/> 2 - No</p>
--

Las preguntas sobre subida o *upload* de contenidos, que comprenden un total de 5 cuestiones, tenían como objetivo identificar a los usuarios que aportan contenidos a la Red Mundial de Ordenadores, en la forma de archivos de audio, texto, imagen u otro tipo de archivo. Los usuarios que suben archivos también actuarían conforme a la lógica de la Cultura Digital, que propugna la libre circulación de contenidos e información.

10 - ¿Ha subido algún tipo de contenido a la web, como fotos, videos o textos? *

☐ 1- Si

☐ 2 - No

11 - Si sí, que tipo de contenido?
Elija una o varias opciones. Si no te encaja en ninguna opción, elija other y diga cuál.

☐ 1 - Textos

☐ 2 - Fotos

☐ 3 - Videos

☐ Outro:

12 - ¿Con que frecuencia suele usted subir o publicar los contenidos?

☐ 1 - A diario

☐ 2 - Semanalmente

☐ 3 - Mensualmente

☐ 4 - Poco frecuente

La pregunta 13 contenía múltiples opciones de respuesta, casi siempre ilustradas por un ejemplo de una web específica. Estos ejemplos fueron seleccionados en base a la popularidad de los sitios webs citados, que son los más representativos dentro de cada categoría elegida.

13 - ¿A qué tipo de sitio web subió o publicó contenido?
Elija una o varias opciones. Si no te encaja en ninguna opción, elija other y diga cuál.

☐ 1 - Webs de enlace como rapidshare o easy share

☐ 2 - You tube u otra web de videos

☐ 3 - Flickr u otra web de imágenes

☐ 4 - Wikipedia, blog o web personal

☐ 5 - Fóruns de Internet

☐ 6 - Redes sociales

☐ Outro:

También preguntamos a los entrevistados sobre la propiedad de los contenidos subidos. La respuesta permite decir si los contenidos fueron creados por el propio encuestado o no, pero no se preguntó por el tipo de licencia que los contenidos no creados por el encuestado podrían tener.

14 - ¿Los contenidos subidos fueron creados por usted?

☐ 1 - Si

☐ 2 - No

☐ 3 - Una parte

La pregunta sería relevante para la investigación, pero se considero que podría ocasionar problemas para los encuestados debido a la dificultad que un usuario común puede encontrar para saber qué tipo de licencia posee el contenido que él ha subido a la red.

Las ultimas 5 preguntas tenían como objetivo conocer información personal de los entrevistados, como sexo, edad, nacionalidad, nivel de estudios y situación profesional.

15 - Sexo *
☐ 1 - H
☐ 2 - M

La pregunta 16 ofrecía 5 opciones de respuesta, que posibilitan agrupar los encuestados por bandas etarias, en una clasificación que podría ser definida grosso modo como adolescentes, jóvenes, jóvenes adultos, adultos y mayores.

16 - Edad *
☐ 1 - 13 a 19
☐ 2 - 20 a 30
☐ 3 - 30 a 40
☐ 4 - 40 a 60
☐ 5 - Más de 60

La pregunta 17, sobre la nacionalidad del encuestado, ofrece 6 opciones de respuesta más la opción otro. La nacionalidad española y la brasileña son las únicas opciones reales, las otras opciones se refieren más a una zona geográfica extensa de la cual podría provenir el sujeto (como por ejemplo Latinoamérica o Asia) que propiamente a una nacionalidad. Se consideró que ofrecer todas las opciones de nacionalidad podría resultar extenuante para las personas que estuviesen rellenando el cuestionario.

17 - Nacionalidad *

- ☐ 1 - Español
- ☐ 2 - Otro europeo
- ☐ 3 - Brasileño
- ☐ 4 - Otro latino americano
- ☐ 5 - Norte americano
- ☐ 6 - Asiático
- ☐ 7 - Africano
- ☐ Otro:

La cuestión 18, sobre escolaridad, ofrece como opciones de respuesta los niveles de enseñanza del sistema escolar español.

18 - Escolaridad *

- ☐ 1 - Primaria
- ☐ 2 - Secundaria
- ☐ 3 - Bachillerato
- ☐ 4 - Formación profesional
- ☐ 5 - Educación universitaria
- ☐ 6 - Postgrado

Finalmente, la pregunta 19, sobre la ocupación actual del encuestado, ofrecía 5 posibilidades de respuesta más la opción otro. El objetivo era conocer la situación profesional del sujeto, más que su profesión de forma específica.

19 - Por favor, cuéntenos qué actividad ejerce usted en la actualidad *

Elija una opción. Si no te encaja en ninguna opción, elija other y diga cuál.

- ☐ 1 - Trabajo
- ☐ 2 - Parado
- ☐ 3 - Jubilado
- ☐ 4 - Estudiante
- ☐ 5 - Ama o amo de casa
- ☐ Otro:

PARTE I - ESTADO DE LA CUESTIÓN

CAPÍTULO II - INTERNET Y CIBERCULTURA

2. Historia y desarrollo

Podríamos definir técnicamente Internet como un conglomerado de redes interligadas por un protocolo, TCP/IP (*Transfer Control Protocol / Internet Protocol*), que permite todo tipo de transferencias de datos en formato digital. Esta configuración técnica básica permite que la Red comporte una variedad de recursos y servicios, como por ejemplo los documentos de la World Wide Web, la infraestructura que permite el intercambio de correo electrónico y los servicios de mensajería instantánea.

También podríamos aplicar esta misma definición a cualquier red interna o intranet. Pero los términos Internet e internet poseen significados diferentes; internet, con letra minúscula, alude a un conjunto de redes de ordenadores interligados, mientras que Internet con mayúscula siempre se refiere a la red global y pública de ordenadores, disponible y abierta a toda la población. Así existen innumerables internets entrelazando empresas, universidades o residencias, pero solo existe una red global y pública, Internet. Por eso, también se conoce Internet como la red de redes.

La historia del desarrollo de la tecnología que permite la interconexión de los ordenadores a nivel mundial no tiene un principio bien definido ni tampoco existe una persona que pueda ser considerada como el creador de Internet. Entretanto, se pueden destacar dos marcos fundamentales en su evolución: el desarrollo de la red ARPANET, fruto de un proyecto militar del gobierno de EEUU

en los años 1960, y la creación de la World Wide Web por la Organización Europea para la Investigación Nuclear, también conocida como CERN, en los años 1990 (Briggs & Burke, 2002).

En 1958 el gobierno de Estados Unidos instituye el *Advanced Research Projects Agency*, conocido como ARPA, con el objetivo de retomar la delantera tecnológica perdida frente a los soviéticos durante la guerra fría. En el seno del ARPA surge el *Information Processing Techniques Office* (IPTO) y Joseph Licklider es elegido para liderar este organismo (Waldrop, 2008).

En el IPTO, Licklider y su compañero Lawrence Roberts empiezan a trabajar en un proyecto para crear una red de ordenadores. Después de algunos años de desarrollo, en 1969⁴ se logró conectar dos ordenadores, uno localizado en la Universidad de California en Los Ángeles y el otro en el SRI (que vendría a ser el SRI International), en California. Estos fueron los dos primeros eslabones de ARPANET, una de las primeras redes de ordenadores de la historia y espina dorsal de lo que en el futuro vendría a ser Internet.

En 1974 aparecen los protocolos TCP/IP⁵, resultado del trabajo de Vinton Cerf y Robert Kahn. El uso de la palabra "Internet" para designar una única red TCP/IP global empieza con la publicación del RFC 685, la primera especificación completa del protocolo TCP/IP, que fue escrita por Vinton Cerf, Yogen Dalal y Carl Sunshine. Durante los nueve años siguientes, el trabajo de estos hombres consistió en refinar los protocolos y testarlos en una gran variedad de sistemas operativos.

La primera red de gran tamaño basada en el protocolo TCP/IP empezó a funcionar el 1 de enero de 1983⁶, el día

⁴ <http://articulos.astalaweb.com/Internet%20-%20Historia/Historia%20de%20Internet%203.asp>

⁵ <http://articulos.astalaweb.com/Internet%20-%20Historia/Historia%20de%20Internet%203.asp>

⁶ http://blogs.s106.net/compnet/uploads/2009/12/historia_internet.pdf

en que todos los ordenadores que estaban conectados a la red ARPANET cambiaron los antiguos protocolos NCP por el TCP/IP. En 1985, la Fundación Nacional de la Ciencia (*National Science Foundation* - NSF) de EEUU patrocina la construcción del *National Science Foundation Network*, un conjunto de redes universitarias interconectadas a 56 kilobits por segundo, también utilizando el protocolo TCP/IP.

Internet era una realidad técnica a mediados de la década de 1980, pero es con la apertura de la Red para intereses comerciales, iniciada en el año 1981⁷, que la red empieza a tomar la forma que tiene hoy. El Consejo Federal de Redes de los Estados Unidos aprobó la interconexión del sistema comercial MCI Mail en aquel año, y la conexión fue hecha a mediados de 1989. Otros servicios comerciales de correo electrónico pronto fueron conectados, como OnTyme, Telemail y Compuserver. En aquel mismo año, tres proveedores comerciales de servicios de Internet (ISP) fueron creados: la UUNET, la PSINet y la CERFNET.

Poco a poco la creciente popularidad del protocolo TCP/IP hizo que varias redes comerciales y educativas se conectasen a Internet. Algunas de estas redes, como Telenet, que conectaba diversas ciudades de Norteamérica desde los años 1970, llegaron a tener un tamaño considerable incluso antes de unirse a Internet. La posibilidad de trabajar con cualquier tipo de redes de comunicación permitió a los protocolos TCP/IP una rápida expansión, que significó también la primera fase de crecimiento, aunque todavía restrictivo, de Internet.

2.1. World Wide Web

Pasadas casi dos décadas desde la creación de los protocolos de conexión que permiten el funcionamiento de Internet (TCP/IP) y de su apertura para el público general,

⁷ <http://www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html>

en 1988 la Red aún no había despertado interés del público no aficionado a los ordenadores. El impulso que Internet necesitaba para popularizarse definitivamente surge con la creación de la World Wide Web, o simplemente la Web, nombre por el cual es más conocida hoy, en la década de 1990⁸. La Web inicialmente sirvió como una herramienta de intercambio de datos entre los científicos del CERN y pronto se convirtió en el servicio más emblemático de Internet.

Pese a que la creación colectiva sea una de las principales características de la cultura de los primeros desarrolladores y usuarios de tecnologías de Internet, existe un consenso en torno al nombre del científico inglés Tim Berners-Lee cuando se habla del creador de la Web. A finales de la década de 1980, él y su grupo de trabajo en el CERN crearon las tres piedras fundamentales de la Web: el protocolo HTTP (*HyperText Transfer Protocol*), el lenguaje HTML (*HyperText Markup Language*) y el sistema de localización de objetos en la Web URL (*Uniform Resource Locator*).

Inicialmente, estas innovaciones tenían como objetivo mejorar la gestión de la información dentro del propio CERN. Pero al unir el hipertexto con la Internet Lee creó la World Wide Web. La Web funcionó primero en el CERN, y en el año 1991 llegó al público de todo el mundo. En abril de 1993 el CERN anunció que la Web sería gratuita para todos (Berners-Lee, 1996).

A partir de mediados de la década de 1990 el uso de la palabra Internet se había vuelto bastante popular y se convirtió, de forma equivocada, en sinónimo de la World Wide Web. La Red estaba ahora unida al servicio que iba a popularizar masivamente su uso. Mientras tanto, la infraestructura de Internet seguía incorporando la gran mayoría de las redes públicas existentes y esta se hacía cada vez mas hegemónica, convirtiéndose en la red de redes.

⁸ http://ei.cs.vt.edu/~wwwbtb/book/chap1/net_hist.html#1990s

2.1.1. La expansión de Internet en números

Durante la década de 1990, cuando la World Wide Web se popularizó, se estima que el crecimiento de Internet fue del orden del 100% al año, con un período de crecimiento todavía más grande entre 1996 y 1997. Al final del milenio, el número de personas que estaban utilizando la red mundial de computadores era, según el Internet World Stats, de 360.985.492 en todo el mundo⁹.

El 3 de enero de 2006 Internet alcanzó los 1.000 millones de usuarios. Se preveía por aquellas fechas que en diez años la cantidad de navegantes de la Red llegaría a 2.000 millones, pero en realidad estos números fueron alcanzados ya en el año 2011. Según números de Internet World Stats, en marzo de 2011 había ya un total de

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS December 31, 2011					
World Regions	Population (2011 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2011
Africa	1,037,524,058	4,514,400	139,875,242	13.5 %	2,988.4 %
Asia	3,879,740,877	114,304,000	1,016,799,076	26.2 %	789.6 %
Europe	816,426,346	105,096,093	500,723,686	61.3 %	376.4 %
Middle East	216,258,843	3,284,800	77,020,995	35.6 %	2,244.8 %
North America	347,394,870	108,096,800	273,067,546	78.6 %	152.6 %
Latin America / Carib.	597,283,165	18,068,919	235,819,740	39.5 %	1,205.1 %
Oceania / Australia	35,426,995	7,620,480	23,927,457	67.5 %	214.0 %
WORLD TOTAL	6,930,055,154	360,985,492	2,267,233,742	32.7 %	528.1 %

2.095.006.005 de usuarios conectados a Internet en todo el mundo, lo que representaba por entonces un 30,2% de la población mundial total.

Tabla 1 – estadísticas globales de uso de Internet y población

Estos mismos datos muestran un crecimiento en el número de usuarios del orden del 480,4% en todo el mundo en

⁹ <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

el período comprendido entre los años 2001 y 2011. La mayor parte de los usuarios de Internet están en Asia (922.329.554 de usuarios), Europa (476.213.935) y Norte América (272.066.000), pero el crecimiento ha tenido lugar de forma más significativa en las zonas en las cuales Internet estaba aún en una etapa de desarrollo temprano, como África, que presentó en la pasada década un crecimiento del orden del 2,527.4 % en el número de usuarios. Sin embargo, la diferencia entre el porcentaje de la población de África que está conectada a la Red (11,4%) y el de Norte América (78,3%) es todavía muy grande, demostrando que el problema de la brecha digital aún persiste en la segunda década del nuevo siglo.

Sea por la cantidad de usuarios que posee en todo el mundo o por el cambio de paradigma que representa Internet en relación a los medios de comunicación de masas anteriores, la realidad es que su importancia para la sociedad no puede ser subestimada. La expansión de la Red ha hecho surgir un nuevo locus, el Ciberespacio, lugar virtual en el cual, como atestiguan los números, una gran parte de la población mundial pasa una cantidad de horas significativa todos los días.

2.2. Ciberespacio y Cibercultura

Rheingold (1994) afirma que el término "Ciberespacio" fue creado a principios de los años 1980 por el escritor William Gibson y apareció por primera vez en su novela *Neuromancer*. En el ciberespacio imaginado por el escritor, el mundo físico y el mundo digital se confundían hasta el punto de que los usuarios humanos percibían experiencias generadas por los ordenadores como reales, y seres digitales podían interactuar con las personas en el mundo físico.

Aunque la ficción de Gibson todavía esté lejos de nuestra realidad, algunos de las ideas ficcionales

abordadas en *Neuromancer*, como la "navegación" por grandes cantidades de datos y las "visitas" a computadoras remotas acabarían sugiriendo a muchas personas una metáfora para la red mundial de computadores. Desde los años 1990, Ciberespacio e Internet pasarán a ser entendidos por el público como sinónimos, así como ocurre también con los terminos World Wide Web e Internet.

Dejando de lado la ciencia ficción y el sentido común, intentemos definir que es el Ciberespacio. Para Levy (1997),

El Ciberespacio (...) es el nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores. El término designa no solamente la infraestructura material de la comunicación numérica, sino también el oceánico universo de informaciones que contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimentan.(p.1)

Según el sociólogo francés, el Ciberespacio es Internet, pero no solamente la Red y su estructura física, sino también sus usuarios y toda la información que ella contiene. El Ciberespacio es un único ambiente comunicacional e informativo, conformado por la mezcla de medios de comunicación digitales, como teléfonos móviles, ordenadores y televisión, todos interconectados por una infraestructura de cabos u ondas de satélite, organizados en una red global. Un espacio de comunicación transversal, en el cual potencialmente todos los seres humanos pueden participar.

Pero hay quien sostenga que el Ciberespacio no está necesariamente vinculado a Internet. En realidad el Ciberespacio sería un ambiente en el que existe información en formato electrónico y las computadoras pueden manipular (guardar, buscar, indexar, procesar, etc.) dicha información. La red mundial de ordenadores sería solamente la cara más visible y accesible del Ciberespacio. Una realidad simulada o como se suele llamar, una experiencia de inmersión en realidad virtual, sería un buen ejemplo de esta concepción más amplia del Ciberespacio. Rheingold (1994) utiliza algunas veces la palabra Ciberespacio para

describir estas experiencias de realidad simulada, como en este párrafo:

Cuando Sitterson Hall estaba en su etapa de planeamiento, los investigadores de RV que iban a trabajar en el edificio multimillonario después de que estuviera terminado, convirtieron los planes de los arquitectos en un modelo tridimensional a gran escala, que sólo existía en el ciberespacio. (p.33)

La existencia de distintas concepciones de lo que es el Ciberespacio nos permite pensar que podría haber distintos ciberespacios, así como existen distintas internets (con minúscula). Y que Ciberespacio e Internet no son necesariamente la misma cosa, como argumenta Lessig (1999):

Podemos distinguir la Internet del Ciberespacio (...). Internet es un medio de comunicación. Las personas hacen cosas "en" Internet. La mayor parte de estas cosas es trivial, aun cuando son importantes. Ellas pagan cuentas en Internet, hacen reservas en restaurantes. Consiguen las noticias en Internet. Ellas envían noticias a la familia usando email o IMchat. Estos usos son importantes porque ellos afectan la economía y hacen la vida más fácil y más difícil para aquellos que usan Internet. Pero ellos no son importantes en el sentido de cambiar la manera en que las personas viven. Es muy cómodo poder comprar libros con sólo un clic en Amazon. Yo compro toneladas (a lo mejor literalmente) de libros que de otra manera no los hubiera comprado. Pero mi vida no ha cambiado por un clic (aunque mi cuenta bancaria si lo haya hecho). Ha quedado más fácil y más literaria, pero nada fundamentalmente distinto.

El Ciberespacio, en contraste, no es solo un modo de hacer la vida más fácil. Es una manera de hacer la vida distinta, o tal vez mejor. Es una manera de hacer una vida diferente, o una segunda vida. Él evoca, o crea, maneras de interactuar que no eran posibles antes. Yo no quiero decir que las interacciones sean nuevas - siempre hemos tenido comunidades; estas comunidades siempre han producido algo cercano a aquello que yo digo que el Ciberespacio produjo. Pero estas comunidades del Ciberespacio crean una diferencia en una escala que ha madurado en algo distinto. Hay algo único sobre estas interacciones en estos espacios, y algo especialmente único sobre cómo ellas son reguladas. (p.83)

Pero estando o no vinculado a Internet de forma unívoca, el Ciberespacio sólo sale del terreno de la ciencia ficción y se convierte en parte de lo cotidiano de las personas en la medida en que la red mundial de ordenadores se expande por el mundo. En este momento se abre un nuevo espacio de interacción y participación, accesible a todos aquellos que disponen de algún dispositivo que les permita conectarse a Internet. Para estas personas el Ciberespacio es a la vez una inmensa biblioteca y un ágora virtual, donde al contrario de aquellas que existieron en las polis griegas clásicas, en teoría cualquier persona se puede manifestar e intentar influir en la vida política de su ciudad o país, o de igual forma en la vida de ciudades o países que no sean los suyos.

Este macroambiente de comunicación digital no es homogéneo. Al contrario, está plagado de lugares virtuales, espacios no tridimensionales donde las personas se reúnen para compartir información y experiencias. Las salas de chat, los blogs, las páginas web, los fórums virtuales y las redes sociales, todos ellos son ejemplos de estos ciberlugares. En cada uno de ellos las personas se reúnen según sus intereses y conforme a las relaciones que hayan establecido dentro o fuera del Ciberespacio. Con el tiempo y la frecuencia de acceso, poco a poco se establecen vínculos de relación entre los individuos que frecuentan estos lugares, aunque estos se encuentren físicamente separados por millares de kilómetros, y de esta forma se constituyen las llamadas comunidades virtuales.

Estas comunidades funcionan de manera análoga a cualquier comunidad formada en un lugar real y corriente, con cada individuo ejerciendo su rol social según sus características y grado de participación en la comunidad. Pero no cabe duda de que las características propias del Ciberespacio, como la posibilidad de comunicarse de manera asíncrona y el virtual anonimato de que todos disfrutan en este ambiente, hacen que la socialización en red sea

distinta de aquella a la que estamos habituados en el mundo físico.

De estas relaciones entre los individuos en este ambiente peculiar de socialización que es el Ciberespacio surgen comunidades con modos propios de comportarse e interactuar con el entorno. Estos modos pueden ser considerados culturas nacidas en el ciberespacio, una Cibercultura o Cultura Digital. Sin embargo, la Cibercultura tiene sus raíces ancladas en una tradición anterior a la expansión de Internet y a la aparición del concepto de Ciberespacio, la llamada ética o Cultura Hacker.

2.2.1. Ética o Cultura Hacker

La palabra *hacker* acumuló a lo largo de las últimas décadas diversos significados diferentes. Para la mayor parte de las personas los *hackers* son los criminales informáticos, personas que desde su casa son capaces de acceder a los ordenadores del Pentágono, por ejemplo, poniendo en riesgo la seguridad de la nación, o aquellos individuos que roban las contraseñas de clientes de bancos y transfieren el dinero a su propia cuenta sin tener que salir de su habitación. Esta imagen del *hacker* como alguien que actúa como un invasor de sistemas se difundió gracias a la utilización de esta palabra por los medios de comunicación de masas a partir de los años 1980.

Esta versión de que la palabra *hacker* fue utilizada de una manera equivocada por los medios es defendida principalmente por los ideólogos del Software Libre, como afirma Stalman (2004):

El uso de la palabra *hacker* para definir al «que rompe sistemas de seguridad» es una confusión promovida por los medios de masas. Nosotros, los *hackers*, nos negamos a reconocer esta acepción y seguimos utilizando este término para describir a «alguien que ama la programación y disfruta explorando nuevas posibilidades». (p.16)

Un poco más adelante Stallman (2004) propone una definición más completa, diferenciando los *hackers* "buenos" de aquellos que se dedican a invadir sistemas, los criminales o *crackers*:

Resulta difícil dar con una definición sencilla de algo tan variado como es el *hacking*, pero creo que lo que la mayor parte de los *hackers* tienen en común es la pasión lúdica, la inteligencia y la voluntad de exploración. Podemos decir que el *hacking* significa explorar los límites de lo posible con un espíritu de sagacidad imaginativa. Cualquier actividad en la que se despliegue esta sagacidad tiene «valor» para el *hacker*. Puedes ayudar a subsanar este malentendido haciendo una simple distinción entre la intromisión en la seguridad de un sistema y las actividades de *hacking*, empleando el término *cracking* para la primera. Quienes se dedican a esto se denominan *crackers*. Es posible que un *cracker* sea también *hacker*, o ajedrecista, o golfista; pero la mayoría no lo son. (p.16)

Otra idea equivocada sobre los *hackers* es aquella de que ellos serían individuos antisociales que actúan de manera aislada. En realidad los *hackers* suelen formar comunidades en torno a programas o sistemas operativos, como la comunidad Linux, que se dedica a desarrollar de forma gratuita el sistema operativo desarrollado por Linus Torwald. Estas comunidades suelen seguir unos principios determinados de conducta que acabarán siendo conocidos como ética *hacker* o cultura *hacker*. Este concepto se suele atribuir al periodista estadounidense Steven Levy.

Levy (1984) describe algunos principios que surgieron a finales de los años cincuenta en el Laboratorio de Inteligencia Artificial del MIT y, en general, en la cultura de los aficionados a la informática de los años sesenta y setenta:

Mientras hablaba con estos exploradores digitales, que iban desde aquellos que controlaban ordenadores valorados en millones de dólares en los años 1950 hasta los jóvenes genios de hoy en día, que trabajan desde sus habitaciones en los suburbios, encontré un elemento común, una filosofía que parecía vinculada a la lógica elegante del ordenador mismo. Era una filosofía del intercambio, de la apertura, de la descentralización, que incitaba a poner tus manos

en la maquina a cualquier coste para mejorarlas a ellas y al mundo. Esta ética *hacker* era su regalo para nosotros: algo que tiene valor incluso para nosotros que no tenemos interés alguno en los ordenadores. (p.3)

La ética *hacker*, que propugna la libre circulación de la información y el intercambio de conocimiento de modo que las personas puedan crear o mejorar el software ellas mismas, salió del ámbito restrictivo de los programadores informáticos y alcanzó a un número mayor de personas en la medida en que Internet se expandió y se tornó un medio de comunicación popular. Muchos de sus principios son los mismos que se encuentran en la llamada Cibercultura o Cultura de Internet.

2.2.2. Cibercultura o Cultura de Internet

Cibercultura y Cultura de Internet son dos términos utilizados para definir una cultura que proviene de la utilización de los medios de comunicación digitales y que se desarrolla en el Ciberespacio. La idea de que una forma de cultura puede surgir de la utilización de un determinado medio de comunicación no es una novedad en los estudios de comunicación y ya está presente en la obra de otros autores. McLuhan (1993) nos habla de algunos tipos de cultura derivadas de la utilización o no de diferentes formas de comunicación:

Más tarde podremos preguntarnos por qué la fanática especialización de los fenicios, que extrajeron el alfabeto de la cultura jeroglífica, no liberó en ellos ninguna otra actividad intelectual o artística. De momento, es oportuno hacer notar que Cicerón, el sintetizador enciclopedista del mundo romano, al contemplar el mundo griego, reprocha a Sócrates haber sido el primero en producir la escisión de la mente y del corazón. Los presocráticos todavía tuvieron, en general, una cultura analfabeta. Sócrates estuvo en la frontera entre aquel mundo oral y la cultura visual del alfabeto. (p.21)

En este párrafo McLuhan habla de cultura jeroglífica, cultura analfabeta y cultura del alfabeto. Es con base en

esta idea de cultura como algo que deriva de alguna tecnología comunicacional que podemos entender los conceptos de Cibercultura y Cultura de Internet. El primer término está más presente en la obra de Levy (1997). Para este autor, la Cibercultura es "el conjunto de técnicas, de maneras de hacer, de maneras de ser, de valores, de representaciones que están relacionadas con la extensión del Ciberespacio (p.17)."

Esta forma de ver la Cibercultura como una continuación de otras culturas basadas en sistemas de escritura o de difusión de textos, y que de alguna manera engloba estas tecnologías de comunicación, está expresada en este otro párrafo de Levy (1997):

Para cada gran modalidad del signo, texto alfabético, música o imagen, la Cibercultura hace emerger una forma y una manera de interactuar nuevas. El texto se pliega, se repliega, se divide y se engancha a trozos y fragmentos; se transforma en hipertexto, y los hipertextos se conectan para formar el plan hipertextual indefinidamente abierto y móvil en la web. (p.122)

Otra manera de intentar entender que significa Cibercultura es haciendo una reflexión acerca del significado etimológico de este neologismo. El prefijo *ciber* aquí probablemente hace referencia al Ciberespacio, que por su parte evoca la Cibernética, el estudio matemático de la información y de la comunicación. El diccionario de la Real Academia Española también indica una relación con redes informáticas. Por lo tanto, los ordenadores y su mundo de bits y microchips son las imágenes que nos trae a la mente la palabra *ciber*.

Más difícil de definir es el lexema *cultura*. Existen muchas definiciones de cultura, definiciones estas que se transforman a lo largo del tiempo, acompañando las mudanzas en las corrientes de pensamiento. Castells (2002) define Cultura de Internet de la siguiente manera:

La Cultura de Internet es la cultura de los creadores de Internet. Por cultura entiendo un conjunto de valores y creencias que conforman el

comportamiento. Los esquemas de comportamiento repetitivos generan costumbres que se imponen mediante las instituciones así como por las organizaciones sociales informales. La cultura se diferencia tanto de la ideología como de la psicología o las representaciones individuales. Si bien se manifiesta de forma explícita, la cultura es una construcción colectiva que trasciende a las preferencias individuales e influye en las actividades de las personas pertenecientes a dicha cultura, en este caso, los usuarios/ productores de Internet. (p.50)

Según el diccionario de la RAE, el significado primero de la palabra cultura es *cultivo*. En seguida tenemos la definición de la palabra como "Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico". Otra definición que nos proporciona el diccionario es "Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc." Finalmente, la palabra tendría, aún según el diccionario, el significado popular de "Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo".

En líneas generales podríamos distinguir aquellas definiciones de cultura que la conceptualizan de una forma más amplia, como las oriundas de la antropología, que piensa la cultura como todo el conjunto de prácticas de una determinada población o subconjunto de una población, de aquellas que entienden la cultura como un producto del "espíritu" humano. Las artes plásticas, la literatura, la música serían la cultura desde esta manera de entender. La cultura, de acuerdo con esa lógica de pensamiento, puede ser transformada en producto de consumo de masas por una "industria cultural". La primera idea se corresponde de una manera aproximada a las definiciones dos y tres del diccionario de la RAE, mientras que la segunda encuentra respaldo en el sentido común.

Aquello que autores como Levy entienden por Cibercultura está más cercano a la primera idea que a la segunda. La Cibercultura sería el conjunto de prácticas desarrolladas por las personas dentro de este nuevo

espacio, el Ciberespacio, que se encuentra disponible a una parte de la población mundial por cuenta de la interconexión de ordenadores y aparatos de comunicación digital.

Si la Cibercultura es la cultura que emerge de la utilización de un lugar digital sin existencia física -el Ciberespacio-, ¿podemos hablar de una única Cultura Digital o habría distintas maneras de utilizar el Ciberespacio?

Levy (1997) parece referirse siempre a prácticas bastante definidas y determinadas cuando utiliza la palabra cibercultura. Sin embargo, él afirma que existen dos proyectos para el Ciberespacio, o sea, dos visiones distintas del Ciberespacio que intentan de alguna manera coexistir en este nuevo lugar:

Pero la guerra que opone a algunas grandes fuerzas económicas no debe enmascarar la que hace enfrentarse entre una visión puramente consumista del ciberespacio, la de los industriales y de los comerciantes -la red como supermercado planetario y televisión interactiva-, y otra visión, la del movimiento social que lleva a la Cibercultura, inspirada por el desarrollo de los intercambios de saberes, de las nuevas formas de cooperación y de creación colectiva en mundos virtuales. (p.173)

Para Levy, Cibercultura es la cultura que se desarrolla en el Ciberespacio, la cultura que proviene del uso de los medios digitales y de las redes de ordenadores. Pero Cibercultura es también específicamente la cultura engendrada por el movimiento social de la Cibercultura. De esta manera, es heredera directa de la Cultura Hacker, y su programa es la expansión de los valores de la ética *hacker* (cooperación, libre circulación del conocimiento) por el ciberespacio.

Castells (2002) tiene una idea un poco más pluralista de lo que es la Cibercultura o Cultura de Internet, como prefiere él. Cambiando el término utilizado por Levy (visión) por cultura, el autor habla de los estratos que él considera que conforman el Ciberespacio:

La Cultura de Internet se caracteriza por tener una estructura en cuatro estratos superpuestos: la cultura tecnomeritocrática, la cultura *hacker*, la cultura comunitaria virtual y la cultura emprendedora. (p.50)

La Cultura Digital estaría constituida por lo tanto de diferentes planos según Castells, siendo uno de ellos la Cultura Hacker. Según este razonamiento habría varias maneras de pensar y estar en el Ciberespacio y no solo dos, como propone Levy - la Cibercultura y su fuerza antagónica, que tendría una visión puramente consumista del Ciberespacio. Pero también se puede considerar que "tecnomeritocracia", Cultura Hacker y cultura virtual comunitaria son solamente distintas expresiones de aquello que Levy denomina Cibercultura. En este caso, habría que considerar la cultura emprendedora como la única que no deriva directamente de la Cultura Hacker.

Castells (2002) detecta en un nivel más profundo un antagonismo entre el proyecto de las fuerzas que Levy llama de movimiento social de la cibercultura y proyectos menos libertarios, como podemos observar en este párrafo:

Juntos (estos estratos) contribuyen a una ideología de la libertad muy generalizada en el mundo de Internet. Pero esta ideología no constituye la cultura fundacional de Internet ya que no interactúa directamente con el desarrollo del sistema tecnológico: la libertad tiene usos diversos. (pp. 51-52)

El Ciberespacio, pese a su particular estructura no física, es un espacio como otro cualquiera, y por lo tanto está sujeto a los mismos conflictos de intereses que existen en el mundo real. La idea de que Internet es un espacio libre de circulación de información debido a su propia naturaleza podría ser creíble hasta finales de los años noventa, cuando la Cultura Hacker era aún la fuerza predominante en la Red, que tenía pocos usuarios y prácticamente ninguna importancia comercial. Pero hoy en día el escenario es bastante distinto y queda claro que el futuro de Internet será determinado por quien consiga imponer su visión sobre cómo debe funcionar la Red.

2.2.3. Los proyectos para la Cibercultura

Como sostiene Levy (1997), los estudios sobre Internet y tecnologías digitales están plagados de referencias a la metáfora del impacto. Las nuevas tecnologías causarían un impacto en la sociedad y en los individuos, que de alguna manera pasarían a actuar bajo la influencia de estos nuevos medios. Por lo tanto, sería la propia tecnología quien, por medio de este "impacto", determinaría los usos que las personas hacen de las nuevas herramientas de comunicación e información.

Esta manera de mirar el tema hizo que muchos de los autores que estudian las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información (TICs) fuesen calificados como deterministas tecnológicos, en la línea de la Escuela de Toronto. Lozano (1993), citando a Harold Innis, explica que "La naturaleza de la tecnología de los medios de comunicación que prevalezcan en una sociedad y momento dados influirá en el modo de pensar y actuar de sus miembros (p.6)".

Las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información o simplemente TICs han cambiado la manera como las personas piensan y actúan. Y no solo de las personas por separado, sino también en su conjunto, la sociedad. Se puede notar por ejemplo como la forma en que Internet se estructura, a modo de una gran red, con sus nudos dispersos por varias partes del globo, es bastante similar a la forma como se organizan las grandes corporaciones multinacionales, que producen las mercancías en fabricas de países del tercer mundo y tienen oficinas en Londres y Nueva York, mientras que sus dueños o accionistas pueden vivir en Kuwait o en Australia, por ejemplo.

Pero este cambio en la manera como se organiza la sociedad puede ser visto no como una influencia única de las nuevas tecnologías sobre ella, sino como resultado de un proceso en el cual también actúan otras fuerzas además

de las tecnologías de la comunicación. Castells (2002) sostiene una opinión semejante al afirmar:

En el último cuarto del siglo XX coincidieron tres procesos independientes, que han derivado en una nueva estructura social basada predominantemente en las redes. Las necesidades de la economía de flexibilidad en la gestión y de globalización del capital, la producción y el comercio. Las demandas de una sociedad en la que los valores de la libertad individual y la comunicación abierta se convirtieron en fundamentales. Y, en fin, los extraordinarios avances que experimentaron la informática y las telecomunicaciones, y que han sido posibles gracias a la revolución de la microelectrónica. En estas condiciones, Internet, una oscura tecnología que tenía poca aplicación más allá de los mundos aislados de los científicos informáticos, los *hackers* y las comunidades contraculturales, se convirtió en la palanca de la transición hacia una nueva forma de sociedad: la sociedad red, y con ella, hacia una nueva economía. (p.16)

Podemos entender que Castells defiende que las tecnologías de comunicación existentes en un determinado periodo son un reflejo de la manera como la propia sociedad se organiza en aquel momento dado. Siguiendo el mismo razonamiento del autor catalán, pero hablando de la tecnología en general y no solamente de los medios de comunicación, Levy (1997) escribe:

¿Es la tecnología un actor autónomo, separado de la sociedad y de la cultura, una entidad pasiva y percutida por un agente exterior? Sostengo por el contrario que la técnica es un ángulo del análisis de los sistemas socio técnicos globales, un punto de vista que pone el acento sobre la parte material y artificial de los fenómenos humanos, y no una entidad real, que pudiera existir independientemente del resto, que tuviera efectos distintos y actuara por sí misma. (p.7)

Las técnicas no son neutrales ni son capaces de alterar las relaciones sociales por sí solas. Y por eso analizar los cambios tecnológicos centrándose solamente en ellos mismos no tiene ningún sentido para Levy.

Si los cambios producidos por las nuevas tecnologías son parte de un todo mayor que mezcla aspectos técnicos,

económicos y sociales, podemos llegar a pensar, como Levy (1997), que estos cambios dependen igualmente de actores tecnológicos, económicos y sociales, y que muchas veces estos actores tienen planes e ideas distintos. "Es en este punto que pueden enfrentarse proyectos divergentes, proyectos indisolublemente técnicos, económicos y sociales (p.18)."

Para Levy (1997), existen distintos proyectos para la Cibercultura. Esto significa que diversos actores, que van desde los estados nacionales, pasando por los *hackers* hasta las grandes empresas transnacionales, pretenden de alguna manera determinar la manera como se utiliza el Ciberespacio:

A gran escala, el devenir del ciberespacio es igualmente el desafío de proyectos y de intereses en lucha. Para unos, sus inventores y primeros promotores, la red es un espacio de libre comunicación interactiva y comunitaria, un instrumento mundial de inteligencia colectiva. Para otros, como Bill Gates, presidente de Microsoft, el ciberespacio debe convertirse en un inmenso mercado planetario y transparente de bienes y de servicios. (...) Para otros, vendedores de «contenido» de toda índole (productores de Hollywood, cadenas de televisión, distribuidores de videojuegos, proveedores de datos, etc.), el ciberespacio tendría vocación de acoger una especie de banco de datos universal donde se podrían encontrar y consumir, mediante financiación, todos los mensajes, todas las informaciones, todos los programas, todas las imágenes, todos los juegos imaginables. (p.176)

En teoría, estos proyectos distintos podrían convivir en armonía en el Ciberespacio, puesto que este es un espacio virtualmente infinito. Pero en la práctica realidad de Internet, algunos de ellos se encuentran en conflicto. Algunos Estados, como China o Estados Unidos, por ejemplo, han tomado o pretenden tomar medidas para controlar la libre circulación de información en la Red, sea por medio de la prohibición del anonimato¹⁰ o a través de leyes que

¹⁰ http://cultura.elpais.com/cultura/2012/01/16/actualidad/1326704253_756511.html

permiten cerrar sitios web incluso cuando estos estén hospedados en servidores situados en otros países¹¹.

Estas medidas entran en claro conflicto con el proyecto de la Cibercultura (o del movimiento social de la Cibercultura, heredero de la Cultura Hacker), que propone que la información debe ser libre y que la pertinencia o no de los contenidos debe ser decidida por la comunidad de usuarios. Un Ciberespacio auto regulado e independiente de los estados y de las grandes corporaciones es la utopía casi anarquista propugnada por los *hackers* y por los primeros usuarios de Internet.

Una Red mejor regulada y controlada, en cambio, sirve perfectamente al proyecto que los grandes grupos mediáticos y la industria cinematográfica, de software, editorial o fonográfica tienen para Internet y sus usuarios. Estos grupos no ignoran las nuevas posibilidades abiertas por las tecnologías digitales. De hecho, las proclamas del movimiento social de la Cibercultura (libre circulación de la información, interconectividad e interactividad) también son utilizadas por ellos como medio para publicitar su proyecto para el Ciberespacio. La materialización de esta propuesta para la Red puede ser percibida si miramos a los grandes portales de contenido periodístico, las tiendas de venta de productos en línea y los sitios web de las corporaciones, por ejemplo.

Pero la interactividad que la industria del entretenimiento propone parece no ir más allá de las encuestas virtuales, y su aceptación de la idea del hipertexto sólo es válida siempre que éste no lleve a los usuarios fuera de los límites de sus webs. En cuanto a la libre circulación de la información, observamos un conflicto muy intenso entre este principio y las leyes de protección de la propiedad intelectual cada vez más restrictivas¹².

¹¹ http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/02/09/actualidad/1328779262_147986.html

¹² http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/01/26/actualidad/1327601242_933321.html

El otro pilar de la Cibercultura, la construcción colectiva del conocimiento, tampoco parece tener espacio en el proyecto de las industrias culturales para el Ciberespacio. No se encuentra ninguna mención a este concepto en la publicidad de las empresas que no son nativas del medio digital. La construcción de una inteligencia colectiva presupone la libre circulación de ideas y contenidos, y esta es una posibilidad que amenaza las fuerzas económicas que basan sus ganancias en los lucros obtenidos con los derechos de autor.

Según Levy (1997), el proyecto de las industrias culturales para el Ciberespacio no propone nada de nuevo. En la opinión del autor esta propuesta para el Ciberespacio es bastante más sencilla que aquella ofrecida por la Cibercultura o movimiento social de la Cibercultura. Se trata de hacer una transposición del modelo de difusión de información anterior a la creación de los nuevos medios de comunicación digital (broadcast), preservando su forma unilateral y vertical de comunicación, en la cual un emisor habla para una amplia audiencia, para el Ciberespacio.

Los resultados prácticos de esta propuesta se pueden ver en las Webs de los principales periódicos mundiales, como *El País* o *The Guardian*, por ejemplo, o en las webs de las cadenas de televisión. Los portales de Internet, con su mezcla de información, entretenimiento e interacción (correo, chat y opiniones), también son otro ejemplo de trasposición del modelo del *broadcast* para el ambiente de redes.

En cambio, el proyecto del movimiento social de la Cibercultura es innovador, porque explota de forma más amplia las posibilidades de la comunicación en red. Algunos resultados prácticos de la propuesta del movimiento social de la Cibercultura para el Ciberespacio ya son parte de la cotidianidad de los usuarios de Internet, materializados en

algunas de las webs más populares hoy en día, como Google, Wikipedia o Facebook¹³.

Si hablamos de inteligencia y creación colectiva en Internet, podemos tomar como ejemplo Wikipedia. Esta enciclopedia digital, escrita y editada por sus propios lectores, es un ejemplo del tipo de cambio cultural que la Cibercultura pone en marcha en el Ciberespacio. En Wikipedia no existe una jerarquía preestablecida: es la propia comunidad de usuarios que participa en la elaboración de las entradas de la enciclopedia quien decide, por medio de un proceso de edición continua, cuales son las mejores definiciones para los términos encontrados en la Wikipedia.

El contenido de esta enciclopedia virtual está abierto al público y el acceso a la web es gratuito. Los costes de mantenimiento de los servidores y de sus funcionarios son pagos por medio de donaciones hechas por los propios usuarios, haciendo que la web prescinda de la necesidad de tener anuncios publicitarios.

O'Reilly (2005) denomina Web 2.0 a este modelo de webs en las cuales los usuarios también participan de su construcción. El concepto de Web 2.0, que se difundió después de la publicación del artículo de O'Reilly, todavía sigue teniendo una acepción un poco difusa, estando muchas veces asociado a campañas publicitarias de empresas que quieren mostrar una imagen de modernidad en la Red.

Otro ejemplo de web cuyo contenido es proporcionado por los propios usuarios es Dailymotion, un canal de videos y música en línea en el cual sus usuarios pueden participar en la creación y edición de la programación general, subiendo nuevos contenidos o denunciando aquellos que les parezcan contrarios a la filosofía del canal, mediante un sistema de autorregulación semejante a aquel que funciona en las redes sociales como Facebook o Tuenti.

¹³ <http://www.alex.com/topsites>

Estas webs permiten a las personas posibilidades de interconexión e interactividad impensables hace algunos años. Los weblogs, los programas de intercambio de archivos y las licencias Creative Commons son otros ejemplos de la materialización de las ideas generadas por el movimiento social de la Cibercultura en Internet.

La técnica no determina los usos que se pueden hacer de una nueva tecnología. Ella solo puede condicionar estos usos. Otros factores, de orden político y económico, también deben ser tenidos en cuenta cuando analizamos los tipos de uso y prácticas que se llevan a cabo en Internet.

Existen diversos proyectos para el Ciberespacio, pero en este trabajo nos vamos a centrar en dos de ellos, que actualmente se encuentran claramente enfrentados. De un lado la propuesta del movimiento social de la Cibercultura, que, por sus propias características, propone un concepto de Derecho de Autor menos rígido que el actual, y de otro la propuesta de las industrias del entretenimiento y de los detentores de los derechos de autor, que piden una nueva legislación para el Copyright, todavía más dura que la que tenemos hoy. Este conflicto tomó forma en EEUU a finales de la década de 1990 y poco a poco, quizá debido a presiones políticas del país norteamericano, se extendió por el resto del mundo.

CAPÍTULO III – DERECHOS DE AUTOR

3. Derechos de Autor y Copyright

Internet trajo consigo transformaciones tecnológicas considerables, que tuvieron reflejo en la vida cotidiana de las personas y en la sociedad como un todo. La aparición del protocolo TCP/IP y de la World Wide Web posibilitó la difusión a gran escala de las nuevas tecnologías de comunicación digital en red, y el ordenador pasó a ser una herramienta central en el día a día de parte de la población mundial.

Aquellos que podían permitirse los costes del equipo y de la conexión a la Red pasaron a tener en su casa una herramienta de comunicación que reunía en sí misma las características de aparatos diversos como el teléfono, la radio y la televisión. Pero además, al contrario de esas tecnologías anteriores, Internet carecía de restricciones geográficas. De esta manera, la posibilidad de que algún gobierno o grupo controle la información a la cual puede acceder una determinada población quedó, en teoría, prácticamente anulada con la emergencia de Internet.

Además de los cambios tecnológicos y sociales, también tuvieron lugar cambios a nivel cultural. La aparición del Ciberespacio, un espacio virtualmente infinito conformado por la conexión en red de distintos dispositivos digitales, propició la difusión de nuevas formas de articulación social, antes restringidas a pequeños grupos de programadores (*hackers*): la llamada Cibercultura. Aprovechándose de las posibilidades del Ciberespacio y, según Levy (1997), basándose en preceptos del movimiento de la contracultura de los años 1960 y 1970, los pioneros de la Cibercultura establecieron los paradigmas fundamentales de esta nueva forma cultural: la interconexión, la hipertextualidad y la búsqueda de una construcción colectiva del conocimiento.

Pero, como ya mencionamos, las tecnologías no determinan sus usos sociales. Como mucho, los condicionan. El Ciberespacio es, por sí solo, un ambiente neutral, y existen diversos actores interesados en intentar moldearlo según sus propios intereses. Si de un lado se apuesta por la interconectividad y el libre intercambio de información, otras fuerzas, como aquellas que representan la industria de contenidos e información, luchan por preservar sus intereses, que ellos consideran profundamente afectados por la emergencia del Ciberespacio y de los usos que el llamado movimiento social de la Cibercultura hace de este espacio.

En algunos países, como los EEUU, la industria de contenidos representa una de las principales fuentes de ingresos y de divisas para el Estado, junto a la industria aeroespacial. Esta además actúa como embajadora del *american way of life*, y su fuerza refleja el poder de la superpotencia mundial (Wasko, 2005).

De esta forma se puede entender que la supervivencia de esta industria, supuestamente amenazada por la Cibercultura, se vuelva una cuestión de gran importancia en aquel país. Litman (2006) explica cómo se desarrolló un acuerdo entre los intereses privados y el Congreso de EEUU para convertir el Ciberespacio en un territorio favorable a la expansión de sus negocios:

En 1998, los dueños de los Derechos de Autor convencieron al Congreso para aprobar una lista de nuevas normas legales que aumentaban aun más sus derechos. Con esta nueva legislación en manos, los abogados especializados en derechos de autor empezaron una campaña coordinada para remodelar el Ciberespacio y convertirlo en un centro comercial dedicado a la venta de material protegido por derecho de autor.
(p.14)

Autores como Litman consideran que el Derecho de Autor o Copyright es el arma que algunos grupos están utilizando para intentar frenar el movimiento social de la Cibercultura y convertir el Ciberespacio en un ambiente seguro para sus intereses económicos. Otros autores, como Lessig (2005), utilizan la palabra guerra para describir

este conflicto de intereses entre la industria del entretenimiento y los "piratas", que, según él, puede tener consecuencias en el campo de la cultura:

Pero estas sencillas creencias enmascaran en realidad una cuestión mucho más fundamental y un cambio mucho más drástico. Lo que yo temo es que a menos que lleguemos a ver este cambio, la guerra para librar Internet de "piratas" también librará a nuestra cultura de valores que han sido claves en nuestra tradición desde el principio. (p.23)

Sin embargo no se trata solamente de una cuestión económica y cultural, sino también de un tema estratégico para algunos países. La industria cultural o de contenidos tiene gran importancia política, y sus intereses en muchos casos están vinculados a los de los Estados nacionales. Los países del llamado primer mundo han utilizado su poder diplomático para imponer leyes más severas a nivel mundial para defender los intereses de sus industrias frente a lo que consideran la Piratería practicada en las naciones subdesarrolladas, muchas de las cuales, según McLeod (2005), van en contra de los intereses de los países pobres:

Los países norteamericanos y europeos, y particularmente los Estados Unidos, han liderado una incansable batalla para forzar a los países en vías de desarrollo a adoptar sistemas aceptables (para ellos) de propiedad intelectual. Los *Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS) han sido usados como una herramienta para forzar a los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) a adoptar leyes de propiedad intelectual estandarizadas. El público general en los países del primer y del tercer mundo no tiene derecho a opinar sobre las TRIPS. Un importante negociador comercial estadounidense señaló que "probablemente menos de cincuenta personas son responsables de las TRIPS". Las TRIPS obligan a los países en desarrollo a adoptar leyes de propiedad intelectual que a menudo son contrarias a sus intereses nacionales, y si ellos no las aceptan son amenazados con chantaje económico en la forma de represalias comerciales. (p.57)

Observando desde una perspectiva histórica se puede apreciar que algunos de los cambios ocurridos en la legislación de derechos de autor en Estados Unidos en el

siglo XX, tarde o temprano terminarían "exportados", o más bien impuestos, a otros países, que acabaron modificando su legislación debido a las presiones ejercidas por los estadounidenses. Lessig (2005) corrobora de forma irónica esa idea en este apartado:

Sí, es verdad que esas leyes locales les han sido impuestas a estos países. Ningún país puede ser parte de la economía mundial y decidir no proteger el copyright a escala internacional. Puede que hayamos (los EEUU) nacido como una nación de piratas, pero no le permitiremos a ningún otro país que tenga una infancia semejante. (p.81)

Lessig (2005) también hace un interesante paralelismo cuando afirma que "Además de las guerras del Copyright, estamos en mitad de las guerras contra las drogas (p.189)." Así como la legislación estadounidense antidrogas se propagó por el mundo e incluso permitió que EEUU firmase acuerdos militares con gobiernos latinoamericanos, como el Plan Colombia¹⁴, para supuestamente ayudar en el combate al narcotráfico, también la legislación antipiratería diseñada en este país acaba siendo de alguna manera impuesta a los gobiernos de países extranjeros, que no tienen otro remedio que aceptarla, bajo la amenaza de sufrir sanciones comerciales. Al fin y al cabo Internet tiene un alcance global, y la lucha contra la piratería y la violación de los derechos de autor también tiene que darse en este ámbito, como ilustra Litman (2006) en este párrafo:

ICraveTV, una web canadiense, permitía a los usuarios de Canadá ver los *webcasts* de la programación de la televisión de Toronto, alegando que este tipo de actividad estaba autorizada por las leyes de Copyright canadienses (...) Los estudios cinematográficos argumentaron que aunque la interpretación de la ley canadiense hecha por ICraveTV estuviera correcta, la naturaleza de Internet hacía imposible para ICraveTV impedir que usuarios que no estuviesen en Canadá tuvieran acceso a su web. Como ciudadanos estadounidenses (o canadienses viajando por los EEUU) podrían alegar estar en Canadá y de este modo poder ver las transmisiones de ICraveTV, esta web fue

¹⁴ <http://www.revistanumero.com/27plan.htm>

declarada ilegal en los Estados Unidos, donde la ley canadiense de Copyright no se aplica. (p.162)

Para entender mejor qué es realmente el Derecho de Autor y para qué sirve este instrumento legal, conviene conocer un poco la historia del desarrollo de los conceptos de Copyright y de Derecho de Autor y observar las transformaciones a las que estos conceptos han sido sometidos a lo largo del tiempo, transformaciones que casi siempre fueran iniciadas por los avances tecnológicos, pero controladas por los detentores del poder económico.

3.1. Los conceptos de Copyright y Derechos de Autor

Según el diccionario de la Real Academia Española, Derecho de Autor es "el que la ley reconoce al autor de una obra para participar en los beneficios que produzca su publicación, ejecución o reproducción, y que alcanza, en algunos casos, a los ejecutantes e intérpretes."

En los países anglosajones se utiliza la noción de Copyright (en una traducción literal, "derecho de copia"). El concepto de Derecho de Autor es similar, pero no es idéntico al de Copyright. Si pensamos en los nombres podemos hacernos una idea de las diferencias entre los dos conceptos: de un lado se tiene un derecho a la copia, *copyright* o derecho de reproducción, mientras que del otro hay un derecho de autor. En este último el foco está en la persona del derecho, el autor, y en el primero el foco está en el objeto del derecho (la obra) y en la prerrogativa patrimonial del derecho a copiar.

Estas diferencias se deben a las distintas concepciones del derecho existentes: mientras que en la mayor parte de los países europeos y latinoamericanos las leyes están basadas en el llamado sistema continental europeo, que tiene su origen en el derecho romano-germánico, el sistema anglosajón está basado en la *Common Law* británica (Morineau, 2004).

Pese a estas diferencias históricas entre los dos conceptos, se considera que en los últimos años se ha hecho un esfuerzo de aproximación de las legislaciones de Derecho de Autor y de Copyright. Según Xalabarder (2005), "en los últimos 20 ó 25 años los sistemas de Copyright y de Derecho de Autor se han ido aproximando poco a poco, bajo el paraguas de los instrumentos de la OMPI y de la OMC" (p.2)". Para la autora, la aproximación se intensifica aún más en el momento en que los dos tipos de legislación se enfrentan a un mismo reto, las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación.

3.1.1. Evolución de los conceptos de Copyright y Derecho de Autor

Es muy probable que la idea o figura legal del Copyright haya aparecido antes que su correspondiente en el derecho basado en la tradición legal romano-germánica, el Derecho de Autor. En su versión temprana, el concepto de copyright aún era bastante controvertido, como afirma Johns (2009) en este párrafo:

El Copyright fue una invención de la Inglaterra del siglo XVIII. Este concepto no era conocido en ningún lugar antes del siglo XVIII, y por mucho tiempo ninguna nación tuvo algo parecido a eso. Incluso en Inglaterra no fué hasta la década de 1770 cuando el concepto cristalizaría más o menos en su forma moderna – la de un "derecho" limitado temporalmente definido por un estatuto y restringido a la expresión de ideas antes que a las ideas mismas. Cada uno de estos elementos inicialmente era difícil de articular y entender. Todos ellos permanecían controvertidos. Y algunos aún lo son. Merece la pena preguntar, entonces, cómo este concepto tan raro llegó a existir, y por qué pareció atractivo en primer lugar. (p.109)

Litman (2006) sostiene que la primera ley que intentó regular la cuestión del Derecho de Autor o Copyright en la época moderna fue el *Statute of Anne* (Estatuto de Anne), redactado en Inglaterra en el año 1710. Esta ley establecía que todas las obras publicadas recibirían un plazo de Copyright de 14 años, renovable por una vez si el autor se

mantenía con vida, hasta llegar a un máximo de 28 años de protección. Las obras publicadas antes de 1710 recibirían un plazo de protección único de 21 años a contar desde esta fecha.

Pero la idea de Copyright o Derecho de Autor aun sufriría muchas transformaciones hasta llegar a parecerse a lo que es hoy. Según Lessig (2005), uno de los conceptos más importantes dentro de la doctrina del Copyright, el de Dominio Público, que expresa la situación en que quedan las obras después de finalizar su período legal de protección, sólo apareció en el derecho británico en 1774, casi 70 años después del Estatuto de Anne, tras el caso Donaldson contra Beckett, en el cual se discutió la existencia del Copyright a perpetuidad. Al final, la idea de perpetuidad no fue aceptada, y el concepto de Dominio Público fue incorporado a la ley.

Mientras tanto en Europa continental Francia y Alemania desarrollaban la idea de expresión única del autor, idea inspirada por los escritos del filósofo alemán Emmanuel Kant, que decía que una obra de arte no puede separarse de su autor. Estimulado por estas ideas, el escritor francés Beaumarchais empezó a organizar a los autores de su país en torno a una sociedad, que terminó por convertirse en la precursora de sociedades de autores como la española SGAE. En 1791¹⁵, la Asamblea Nacional francesa aprobó la primera ley de derechos de autor basada en el derecho romano-germánico.

Estados Unidos incorporó los principios sentados en Inglaterra sobre el Copyright en su Constitución de 1787. El artículo I, sección 8, cláusula 8 (la Cláusula del Progreso) permite establecer en favor de los autores "derechos sobre la propiedad creativa" por tiempo limitado. En 1790, el Congreso de Estados Unidos promulgó la primera *Copyright Act* (Ley sobre derecho de copia), creando un sistema federal de Copyright y protegiéndolo por un plazo de catorce años, renovable por igual término si el autor

¹⁵ http://www.noticias.info/archivo/2005/200509/20050914/20050914_98539.shtm

estaba vivo a su vencimiento (o sea, un máximo de 28 años de protección). Si no existía renovación, su obra pasaba al dominio público.

El Convenio de Berna, firmado en 1896 y después revisado en diversas ocasiones¹⁶, fue el primer tratado internacional sobre los derechos de autor en obras literarias y artísticas. Lessig (2005) resume bien qué alteraciones trajo este tratado internacional en este párrafo:

Hasta el decreto-ley de Berlín de la Convención de Berna, las legislaciones nacionales de Copyright a veces hacían que la protección dependiera del cumplimiento de formalidades tales como registro, depósito y anexión de una declaración de Copyright por parte del autor. Sin embargo, comenzando con la ley de 1908, cada texto de la Convención ha concedido que "el gozo y ejercicio" de los derechos garantizados por la Convención "no estarán sujetos a ninguna formalidad". (p.366)

Lejos de ser una ley supranacional para la protección intelectual, como se pretendió inicialmente, el convenio establecía un conjunto de principios y reglas generales que aseguraban la protección de las obras extranjeras bajo la ley nacional de cada país signatario del convenio.

Litman (2006) afirma que los EEUU rehusaron firmar el Convenio de Berna hasta el año de 1989, ocho años antes de promulgar su *Digital Millenium Copyright Act* (DMCA). El DMCA, la ley que los EEUU supuestamente pretenden exportar a otros países, convirtiéndola en una especie de Convenio de Berna para el nuevo milenio, es el resultado de los cambios acaecidos a lo largo de los años en la legislación estadounidense sobre derecho de autor. Aún según Litman, estos cambios siempre se orientaron hacia los intereses de los diversos lobbys económicos organizados por las industrias de contenido. Actuando junto a los congresistas y sin enfrentar ninguna oposición organizada, estos grupos obtuvieron la extensión progresiva del tiempo de protección de las obras, a la vez que aumentaban las penas a los

¹⁶ http://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/trtdocs_wo001.html

infractores, hasta conseguir obtener las garantías proporcionadas por la DMCA.

3.2. Cambios en la legislación de Copyright en EEUU

En el debate sobre las cuestiones relativas a los Derechos de Autor y Copyright, los EEUU ocupan una posición de liderazgo en relación a otros países, como además también ocurre en otros asuntos que son de interés vital para la principal potencia económica y militar mundial. Por esta razón, observar desde una perspectiva histórica los cambios en la legislación sobre Derechos de Autor en aquel país, implementada por primera vez en el año 1787, puede ayudar a comprender mejor los rumbos que las políticas de protección a la propiedad intelectual van a tomar en otros países.

El histórico de cambios en la legislación de Copyright en EEUU empieza menos de 50 años después de promulgada la primera legislación. En el año de 1831 tuvo lugar el primer cambio en la ley norteamericana de Copyright, la extensión del plazo de validez del Copyright hasta 28 años, con la opción de renovarlo por otros 14 años. La legislación permaneció inalterada por casi 80 años, hasta que en 1909 otro cambio en la ley hizo que aumentase a 28 años el período de renovación del Derecho de Autor en los EEUU.

Más de un cuarto de siglo después, la legislación de 1976 cambió de manera profunda las leyes anteriores sobre Copyright (Litman, 2006). Otra vez hubo una extensión en el período de protección de la obra. El plazo se amplió drásticamente, pasando de los 28 años a 75 años, con posibilidad de extenderlo por otros 50 años más.

Además de la ampliación del período de protección de las obras, la legislación de 1976 implementó la extensión de la protección del Copyright para las obras que todavía no hubiesen sido publicadas, lo que garantizó, por ejemplo,

que los estudios de cine tuviesen sus películas protegidas aunque estas estuviesen todavía en fase de producción.

En 1998, por lo tanto solo 12 años después del último cambio en la legislación, la llamada Ley Sonny Bono otra vez aumentó el período de protección del Derecho de Autor, que pasó de 75 a 95 años, con posibilidad de extensión por otros 70 años más (Lessig, 2005).

Según Lessig, los estudios Disney pudieron ser responsables por el cambio en la ley, debido al hecho de que en aquel momento los derechos sobre su principal personaje, el ratón Mickey, estaban próximos a pasar al Dominio Público. Pero el más importante cambio ocurrido en la ley norteamericana en el año de 1998 fue la llamada *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA).

3.2.1. Digital Millennium Copyright Act

En octubre 1998 el entonces presidente estadounidense Bill Clinton firmó el *Digital Millenium Copyright Act* (DMCA). La ley estaba diseñada para implementar dos de los tratados firmados en diciembre de 1996 en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI): el Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor y el Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas.

Fernández-Molina (2003), refiriéndose a los cambios en las legislaciones sobre Derecho de Autor en varios países, afirma que "la DMCA estadounidense es la ley que ha marcado en buena medida el camino a seguir por otros países (p.58)."

La DMCA es un documento de más de 50 páginas que está dividida en cinco apartados, siendo los cuatro principales:

- 1º. *WIPO Treaties Implementation Act* (Ley de Implementación de los Tratados de la OMPI)
- 2º. *Online Copyright Infringement Liability Limitation Act* (Ley sobre las Limitaciones y Responsabilidades

por la Violación de los Derechos de Autor en Línea)
- Establece limitaciones en términos de obligatoriedad para los proveedores de servicios en caso de actividades que infrinjan el Copyright.

3^o. *Computer Maintenance or Repair Copyright Exemption* (Excepciones en la Ley de Copyright para Manutención o Reparación de Ordenadores) - Establece una tolerancia para las copias de software vinculadas a tareas de mantenimiento o reparación de ordenadores.

4^o. *Miscellaneous Provisions* (Provisiones Generales) - se recogen seis provisiones relacionadas con las funciones de la oficina de Copyright, educación a distancia, excepciones vinculadas a bibliotecas, *webcasting* para grabaciones en Internet, etc.

Sobre la DMCA, Litman (2006) hace los siguientes comentarios:

La ley trajo dos medidas importantes. La primera medida fue el establecimiento de un 'puerto seguro' para los ISP's (proveedores de acceso a Internet), que dejaba claro bajo qué condiciones los ISP's podrían ser culpables si el material que estuviera fuera de la ley pasara por sus ordenadores.

La segunda medida importante fue la anticircumvention provision. La ley, de implementación inmediata, declara ilegal 'fabricar, importar, ofrecer al público, proveer o facilitar cualquier tecnología, producto, servicio, aparato o componente' diseñado para burlar tecnologías de protección de copias. (pp. 143-144)

En la opinión de Litman, la DMCA es demasiado larga e inconsistente, lo que crea dificultades de comprensión, incluso para los expertos y abogados. Pero sus principales problemas son permitir por primera vez en la historia de las leyes de derechos de autor que se culpe a los ciudadanos comunes por violaciones a normas que ellos no tienen cómo saber que figuran en la ley, además de permitir que practicas no comerciales, como el intercambio de

archivos o la creación de determinados tipos de programas para ordenador, por ejemplo, sean consideradas ilegales, solo por estimarse que así se protegerá a los autores y a sus obras de la piratería.

3.2.2. Nuevos proyectos de ley en EEUU: SOPA y PIPA

La DMCA representó un cambio profundo en relación a las anteriores leyes de Derechos de Autor. Para Lessig (2005), el endurecimiento de las leyes transformó de tal forma la naturaleza del Copyright que:

El derecho de propiedad que es el Copyright ya no es el derecho equilibrado que era, o que se quería que fuese. El derecho de propiedad que representa el copyright se ha vuelto desequilibrado, inclinado hacia un extremo. La oportunidad de crear y transformar queda debilitada en un mundo en el que la creación requiere pedir permiso y la creatividad tiene que consultar con su abogado. (p.197)

Pero aun así las industrias de contenido, por medio de asociaciones como la *Recording Industry Association of America* (RIAA) y la *Motion Picture Association of America* (MPAA), y las entidades de gestión colectiva de Derechos de Autor continúan insistiendo en la necesidad de combatir las violaciones a los Derechos de Autor en Internet. Por esta razón, solo 13 años después de que la DMCA entrara en vigor, una nueva ley está siendo discutida en el congreso estadounidense. Se trata de el *Stop Online Piracy Act* (en una traducción libre, ley para parar la piratería en línea), también conocido como ley SOPA.

SOPA es un proyecto de ley introducido en la Cámara de Representantes de los Estados Unidos en octubre de 2011. Esta nueva propuesta de ley presenta una estructura similar a otra ley presentada en el año 2008, la ley PRO-IP, también conocida por su acrónimo en Inglés PIPA, y su correspondiente proyecto en el Senado, la ley PROTECT IP (ley de protección de propiedad intelectual).

Su objetivo declarado es ampliar las competencias del Departamento de Justicia de los Estados Unidos y aumentar los poderes de los propietarios de derechos intelectuales de cara a combatir el tráfico *online* de contenidos y productos protegidos, ya sea por Derechos de Autor o de propiedad intelectual. Entre estos se pueden contar, por ejemplo, músicas, películas, libros, obras artísticas y productos copiados o falsificados que no tributan las correspondientes tasas a los propietarios de sus derechos de autoría o invención¹⁷.

Después de recibir muchas críticas por parte de importantes empresas de tecnología estadounidenses como Facebook, Firefox, Google y Yahoo, que calificaron la nueva ley de anticonstitucional y de intento de censurar a Internet, e incluso de manifestarse con una protesta organizada por diversas webs, que cambiaron sus contenidos por un mensaje de protesta contra la ley por un período de 12 horas el día 18 de enero de 2012¹⁸, el Congresista Lamar Smith, autor del proyecto de ley original, propuso algunos cambios en la ley.

Inicialmente la ley SOPA proponía tres medidas: bloquear las webs que ofertasen contenidos protegidos por Derechos de Autor, eliminar de los buscadores los enlaces para estas webs y sancionar a aquellos que mantuviesen relaciones comerciales o publicitarias con ellas. Hubo una propuesta, por parte del propio promotor de la ley, para negociar el primer punto, teniendo en cuenta la posibilidad de que este tipo de acción pudiera perjudicar la imagen de EEUU y la gestión de dominios. La ley estaba pensada principalmente para impedir el acceso a sitios albergados fuera de los Estados Unidos. Los críticos argumentaron que

¹⁷ http://www.washingtonpost.com/blogs/post-tech/post/house-introduces-internet-piracy-bill/2011/10/26/gIQA0f5xJM_blog.html).

¹⁸ http://www.elmundo.es/america/2012/01/18/estados_unidos/1326904460.html

esto obligaría a los proveedores de acceso a convertirse en una especie de policía de la Red¹⁹.

Por ahora, la ley SOPA ha sufrido críticas de diversos sectores de la sociedad, muchas de ellas por parte de figuras importantes, como el actual presidente de EEUU, Barack Obama. Este declaró, por medio de sus portavoces en la Casa Blanca, estar en contra de cualquier legislación que "reduzca la libertad de expresión, aumente los riesgos de contraseguridad online o perjudique el dinamismo e innovación en Internet²⁰".

Sin embargo, es evidente que el hecho de que se preparen proyectos de ley como éste, especialmente volcados en proteger los intereses de la industria de contenidos estadounidense en el exterior, demuestra que el conflicto de intereses entre los proyectos para el Ciberespacio sigue intenso, y que los estadounidenses están dispuestos a hacer valer sus derechos en el terreno del Copyright, ya sea ejerciendo presión sobre otros países para que estos adopten leyes que regulen la circulación de contenidos en Internet o por medio de la creación de nuevas leyes que les faculten a ellos mismos para cerrar webs ubicadas en servidores fuera de su país que en teoría violen los derechos de autor de propiedad de empresas norteamericanas.

Las posiciones de las fuerzas en conflicto que actúan en el Ciberespacio quedan claras cuando se observa la situación actual en EEUU. De un lado la industria de contenidos y el Estado norteamericano, intentando tomar medidas legales y algunas veces utilizando la fuerza policial para cerrar webs y detener personas incluso en otros países, como pasó en enero de 2012 con la web de almacenamiento de archivos Megaupload, cerrada por una acción del FBI.²¹ Los dueños de Megaupload, ciudadanos alemanes y holandeses, fueron arrestados en Nueva Zelanda,

¹⁹ http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/politicos/EE/UU/reaccionan/divididos/jornada/protesta/Internet/elpeputec/20120118elpeputec_1/Tes

²⁰ http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/01/18/actualidad/1326880861_850215.html

²¹ <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/01/19/navegante/1327002605.html>

acusados de haber tomado parte en una conspiración criminal para lucrarse con la distribución ilegal de contenido protegido por las leyes de propiedad intelectual.

Por otro lado se posicionan los usuarios y las empresas nativas de Internet, que representando el movimiento social de la Cibercultura, protestan contra las medidas que pretenden cohibir uno de sus principios fundamentales, la libre circulación de la información. Las empresas de Internet utilizan tácticas como el cierre temporal de sus páginas para manifestar su contrariedad con las leyes antipiratería, mientras que los usuarios utilizan algunas veces recursos más contundentes, como por ejemplo los ciberataques organizados por el colectivo Anonymous, conocido por manifestarse contra aquello que considera ataques contra la libertad de expresión. Con ocasión del cierre de Megaupload, Anonymous organizó una acción contra las webs del Departamento de Justicia de Estados Unidos y contra los sitios de las patronales discográfica (RIAA) y cinematográfica (MPAA) de aquel país²².

En el plano internacional el conflicto no es tan claro como en EEUU, pero por sus características estructurales, lo que sucede en Internet termina diseminándose rápidamente por todo el mundo. El Estado norteamericano y el lobby de las multinacionales son conscientes de que deben actuar junto a los gobiernos de otros países para evitar que sus intereses sean dañados, y poco a poco, por medio de presiones diplomáticas, fuerzan al resto de países a endurecer sus legislaciones de Derechos de Autor.

La reacción del movimiento social de la Cibercultura se articula en dos niveles. Dentro de los propios Estados o naciones, donde empiezan a proliferar los partidos pirata, partidos políticos que, defendiendo los principios básicos de la ética *hacker* y de la Cibercultura, han conseguido obtener escaños en algunos países del norte de Europa, como Suecia y Alemania; y también fuera de ellos, a partir del propio Ciberespacio, donde colectivos como Anonymous

²² http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/01/20/actualidad/1327019245_786013.html

intentan influir en las políticas para Internet de diversos países, pero sin que sus participantes sean necesariamente ciudadanos de estos países.

Aparte de los cambios en la legislación de Derechos de Autor a nivel nacional, también existen proyectos que pretenden crear convenios internacionales para reforzar la protección al Copyright, uniformando las "reglas del juego" en los mismos moldes de los acuerdos internacionales de libre comercio.

3.3. Cambios en la legislación de Copyright en la UE

En mayo de 2001 la Unión Europea implementó la (*European Union Copyright Directive* (EUCD)), similar en muchos aspectos a la *Digital Millenium Copyright Act* estadounidense, puesto que su objetivo principal también era poner en marcha el tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor de 1996 (Pascual, 2003).

Las semejanzas entre las dos leyes son grandes. El artículo número seis de la directiva europea, el más importante y debatido, prohíbe la acción de saltarse los sistemas de protección anticopia, así como la distribución de herramientas y tecnologías para ello. Este artículo es prácticamente idéntico al apartado número dos de la DMCA, la ley sobre las limitaciones y responsabilidades a la violación de los derechos de autor en línea (*anti circumvention act*).

Sin embargo la directiva europea no generó el mismo impacto sobre los ciudadanos europeos que la DMCA causó a los ciudadanos norteamericanos. Eso aconteció probablemente debido al hecho de que la ley europea permite a los Estados miembros de la unión mantener una libertad significativa en determinados aspectos de su implementación. De esa manera, las nuevas legislaciones punitivas adoptadas contra usuarios de Internet en Francia (conocida como ley Hadopi o ley de los Tres Avisos) o Inglaterra (ley de Economía

Digital) todavía no han tenido una contrapartida en la legislación de España, por ejemplo.

3.3.1. ACTA

Pese a las victorias conseguidas con los recientes cambios en la legislación de Copyright en algunos países como EEUU, la industria cultural o del entretenimiento sigue presionando a las autoridades con el fin de conseguir cambios en la legislación de Derechos de Autor a nivel internacional que le garanticen el control sobre las obras protegidas. Para esto, desde el año 2007 está en proceso de negociación un tratado internacional conocido como *Anti-Counterfeiting Trade Agreement* (ACTA)²³. Este acuerdo empezó a ser construido inicialmente entre los Estados Unidos y Japón, y posteriormente se han ido adhiriendo otros países como Canadá, México, Australia, Corea del Sur, Suiza y la Unión Europea.

Las primeras etapas de preparación del tratado fueron mantenidas en secreto, pero después de varias rondas de negociación, la decisión de hacer público un borrador del ACTA²⁴ fue aprobada por todos los participantes en la reunión del grupo de países negociadores celebrada en Wellington, Nueva Zelanda, en abril de 2010. El texto provisional del ACTA contiene algunos avances, desde la perspectiva de la industria, en relación a legislaciones anteriores. Seleccionamos algunos párrafos de un análisis hecho por el periódico *El Mundo*²⁵ sobre el ACTA:

La nueva ley pretende responsabilizar a los proveedores de acceso a Internet (ISP's) de posibles violaciones que ocurran en el ámbito de sus redes. En cualquier caso, se prevé establecer límites a la responsabilidad de los operadores, siempre que éstos cumplan con todas las medidas posibles para prevenir infracciones de 'Copyright'.

²³ <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/feb/03/act-acta-democracy-free-speech>

²⁴ http://estaticos.elmundo.es/documentos/2010/04/texto_acta.pdf

²⁵ <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/04/22/navegante/1271926703.html>

La intención de este borrador es que los proveedores de Internet sean los encargados de, por un lado, retirar contenidos denunciados por los titulares de los derechos de autor - sin perjuicio de que una autoridad judicial o administrativa pueda también solicitarlo - y por otro lado, y también a petición de los titulares de derechos que den "razones válidas" sobre presuntas violaciones de dichos derechos, los proveedores de Red se verían obligados a revelar la identidad de un usuario.

Además, el borrador prevé penalizar cualquier elusión de los sistemas anticopia, e incluso la fabricación, importación o comercialización de productos o 'software' cuya finalidad sea - o pueda ser - saltarse dichos sistemas anticopia.

Todavía va más lejos, al prever que los titulares de los derechos puedan castigar no sólo a los infractores, sino a aquellos intermediarios cuyos servicios son usados por terceros para infringir derechos de propiedad intelectual, también en la Red. Se trata de una clara alusión no sólo a los operadores, sino a otros que puedan facilitar dicha infracción, como buscadores, redes sociales e incluso sitios de enlaces a archivos P2P.

En cuanto a la determinación de las posibles indemnizaciones por daños, el borrador da por buenas, 'entre otras', cualquier valoración 'legítima' del propio titular de los derechos, que incluya bien un cálculo de lo que se hubiera podido vender de no existir copias 'piratas', bien la cantidad que hubiera tenido que pagar el infractor de haber pedido permiso para distribuir la obra.

Como se puede notar por la lectura de este artículo, el ACTA tiene muchas semejanzas con la DMCA. Eso sugiere que las partes interesadas en garantizar la protección de los Derechos de Autor parecen creer que solo una ley internacional sería capaz de frenar las supuestas pérdidas que sufren. Pero la eficacia de la nueva ley dependerá de la adopción, por parte de los Estados nacionales, de medidas muy impopulares para la población de la mayoría de los países, como ocurre por ejemplo en España con la llamada ley Sinde.

3.4. Sociedades de gestión colectiva de derechos de autor

Las entidades de gestión colectiva de Derechos de Autor desempeñan un papel importante, tanto en España como en Brasil, en el conflicto de intereses entre los que defienden una legislación de Derechos de Autor más rigurosa y aquellos que abogan por leyes menos severas. Entidades como la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) en España y el Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD) en Brasil representan la cara visible de los dueños del Copyright en estos países, manifestándose públicamente contra el intercambio de archivos en Internet en los medios de comunicación de masas y, en algunos casos, recurriendo a acciones judiciales contra usuarios de Internet.

Pese a que en la actualidad estas entidades sean más conocidas por su batalla contra las descargas de archivos y la piratería, esta no ha sido siempre la función primordial de sociedades como la SGAE. Inicialmente estas entidades se constituyeron en respuesta a la necesidad de los autores de actuar colectivamente para negociar sus intereses frente a la industria de contenidos. Según información extraída de la web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)²⁶:

Cada año, una cadena de televisión difunde un promedio de 60.000 obras musicales; en teoría, habría que ponerse en contacto con cada uno de los titulares de derechos sobre esas obras para solicitar la debida autorización. Es evidente la imposibilidad material de gestionar esas actividades de forma individual, tanto para el titular de derechos como para el usuario; de ahí la necesidad de crear organizaciones de gestión colectiva cuyo cometido es el de ocuparse de los problemas que se plantean entre usuarios y titulares de derechos en esa esfera fundamental.

Mientras que en EEUU son las asociaciones de industrias musicales como la *Recording Industry Association of America* (RIAA) o filmográficas como la *Motion Picture*

²⁶ http://www.wipo.int/freepublications/es/copyright/450/wipo_pub_l450cm.pdf

Association of America (MPAA) las entidades que aparecen en los medios de comunicación como las principales defensoras de legislaciones más severas contra la violación del Copyright, tanto por fuerza de los anuncios publicitarios como en función de las demandas contra los usuarios que descargan contenidos protegidos, en España y en Brasil son los propios autores los que, por medio de las entidades de gestión colectiva de Derechos de Autor, presionan por un mayor control de las descargas en Internet.

Ficsor (2003) describe de esta manera el funcionamiento de una sociedad de gestión colectiva de Derechos de Autor:

En el caso de los sistemas tradicionales de gestión colectiva integral, los titulares de los derechos autorizan a las organizaciones de gestión colectiva a controlar la utilización de sus obras, a negociar con los usuarios probables, a concederles licencias en determinadas condiciones y sobre la base de un sistema de tarifas, a recaudar las remuneraciones y a distribuir las entre los beneficiarios. En ese tipo de sistema, muchos elementos de la gestión de los derechos están normalizados (de hecho, podrían inclusive estar "colectivizados"), ya que podrían aplicarse las mismas tarifas, condiciones de atribución de licencias y reglas de distribución a todas las obras que pertenecen a una categoría determinada. (pp.1-2)

Cuando utiliza la palabra usuarios, Ficsor se refiere a los editores fonográficos y literarios, por ejemplo, y no al consumidor final de un producto cultural. Las entidades de gestión colectiva de derechos de autor no han tenido como objetivo, inicialmente, mantener ninguna relación con el consumidor final de la reproducción de una obra de uno de sus miembros. El nuevo papel de estas entidades parece ser una señal de las transformaciones generadas por las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, que tienden a eliminar la figura intermediaria (el editor) de la relación entre el consumidor y el autor.

3.4.1. Las primeras sociedades de gestión colectiva de Derechos de Autor

Las sociedades que tienen como objetivo gestionar de forma colectiva los Derechos de Autor empezaron a surgir en el siglo XVIII en Francia, en la misma época en que aquel país promulgaba su primera ley destinada a regular las cuestiones de Derechos de Autor y un poco antes de que los folletines escritos bajo demanda para los periódicos despusen como un importante negocio, gracias al incremento del número de personas alfabetizadas en países como Francia e Inglaterra.

La primera sociedad de gestión colectiva de la cual se tiene conocimiento fue el *Bureau de Législation Dramatique*, fundada por el dramaturgo francés Beaumarchais, conocido por ser el autor de *Las Bodas de Fígaro* y *El barbero de Sevilla*. El *Bureau* más tarde se transformaría en la *Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques* (SACD); primera sociedad que se ocupó de la administración colectiva de derechos de autor.

La *Société des Gens de Lettres* (SGDL), fundada por los escritores Víctor Hugo, Honoré de Balzac y Alexandre Dumas, además de otros autores franceses, sucedió a la SACD. Su primera asamblea se reunió a finales de 1837. Fue con base en el trabajo desarrollado por esta sociedad que se gestó la nueva legislación para Derechos de Autor que finalmente quedó plasmada en el Convenio de Berna de 1886.

En el siglo XIX, en la medida en que otros países europeos también crearon leyes de Derechos de Autor, las sociedades de gestión colectiva de derechos de autor se expandirán por el continente. En 1847 se promulga en España la Ley de Propiedad Literaria, considerada como el primer texto legislativo que reconoce y reglamenta el Derecho de Autor en este país. García (2002) explica cómo era la situación de los autores españoles en esta época:

Durante el siglo XIX, la situación del autor como profesional se fue configurando poco a poco. Generalmente, el escritor no podía encargarse de la publicación de sus propias obras, por lo que con

frecuencia recurría a acuerdos más o menos formales con impresores y editores, acuerdos que se regularon un tanto con el reconocimiento legal de la propiedad intelectual que había traído consigo la ley de 1847. Sin embargo, los autores quedaban, en la mayoría de los casos, en inferioridad de condiciones con respecto a los editores e insuficientemente pagados, por lo que ya antes de la ley de 1847 trataron de organizarse para constituir sociedades que publicasen sus obras. (p.206)

Deleito (2001) señala la creación de la Sociedad de Autores Dramáticos Españoles, en 1843, como la primera iniciativa para establecer una sociedad de gestión colectiva de Derechos de Autor en España. En 1899 surge la Sociedad de Autores Españoles (SAE), entidad que agruparía a los autores españoles bajo este nombre hasta el año 1932, cuando pasó a denominarse Sociedad General de Autores de España SGAE). Posteriormente la denominación cambio para Sociedad General de Autores de España, manteniendo la sigla.

3.4.2. La SGAE

En los últimos años, el debate sobre Derechos de Autor y nuevas tecnologías en España está vinculado de forma nítida a la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). Este organismo es, según información extraída de su sitio web²⁷,

Una entidad de gestión colectiva dedicada a la defensa y gestión de los derechos de propiedad intelectual de sus más de 95.000 socios, creadores y editores musicales de todo el mundo. Su misión fundamental es la protección y reparto de la remuneración de los autores por la utilización de sus obras (reproducción, distribución, comunicación pública, transformación y copia privada). Se trata de una sociedad privada constituida hace más de cien años y que, en la actualidad, administra un repertorio que supera los cinco millones de obras musicales, dramáticas, coreográficas y audiovisuales.

²⁷ <http://www.sgae.es/acerca-de/informacion-corporativa/>

La Sociedad General de Autores y Editores está involucrada en el conflicto entre los defensores de una legislación de Derecho de Autor más restrictiva en España y aquellos que abogan por la libre circulación de contenido en Internet, defendiendo la posición del primer grupo. La posición firme de la SGAE en la defensa de los Derechos de Autor la llevó a demandar a algunas empresas en razón del llamado Canon por copia privada²⁸, extinto a finales del año 2011, entre otras muchas acciones de carácter legal o mediático.

La remuneración compensatoria por copia privada o canon por copia privada era una tasa aplicada a diversos soportes de grabación electrónicos (discos duros, grabadores de CD o DVD, reproductores de MP3), cuya recaudación estaba destinada a los autores, editores, productores y artistas asociados a alguna entidad privada de gestión de Derechos de Autor, en compensación por las copias que supuestamente se podrían hacer de sus trabajos en el ámbito privado.

Además de las críticas recibidas por su apoyo al canon, la SGAE también ha sido acusada de promover y financiar campañas de publicidad que asocian con el delito el intercambio de archivos por medio de programas Peer to Peer. Pese a recientes sentencias judiciales en España²⁹ que desvinculan el P2P de cualquier carácter delictivo, el conflicto entre la sociedad de autores y los usuarios de Internet todavía parece lejos de una solución.

Aparte de la SGAE, existen otras entidades de derechos de gestión autorizadas por el Ministerio de Cultura de España, como el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO), Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) y Artistas Intérpretes Sociedad de Gestión (AISGE).

²⁸ <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/05/11/navegante/1273568930.html>

²⁹ <http://www.entorno-empresarial.com/imprimir.php?id=3934>

3.4.3. El ECAD

ECAD son las siglas de Escritorio Central de Arrecadação e Distribuição de Direitos Autorais. El ECAD está formado por seis asociaciones efectivas, que son:

- AMAR - Associação de Músicos, Arranjadores e Regentes.
- ABRAMUS - Associação Brasileira de Música e Artes.
- SBACEM - Sociedade Brasileira de Autores, Compositores e Escritores de Música.
- SICAM - Sociedade Independente de Compositores e Autores Musicais.
- SOCINPRO - Sociedade Brasileira de Administração e Proteção de Direitos Intelectuais.
- UBC - União Brasileira de Compositores.

Y otras tres asociaciones administradas:

- ABRAC - Associação Brasileira de Autores, Compositores, Intérpretes e Músicos.
- ASSIM - Associação de Intérpretes e Músicos.
- SADEMBRA - Sociedade Administradora de Direitos de Execução Musical do Brasil.

Según informaciones extraídas de la web de esta entidad³⁰, el ECAD es "una sociedad civil, de naturaleza privada, instituida por la Ley Federal nº 5.988/73 y mantenida por la actual Ley de Derechos de Autor brasileña - 9.610/98."

Los orígenes del ECAD se remontan al inicio del siglo XX, cuando el concepto de gestión colectiva de Derechos de Autor llega a Brasil. Según Sampaio (2005):

En Brasil la administración colectiva de derechos de autor empezó por iniciativa de los autores teatrales, cerca de dos años después de la promulgación del Código Civil de 1916, fue fundada la Sociedad Brasileña de Autores Teatrales (SBAT), que se mostró, hasta el año de 1938, como la única sociedad a

³⁰ <http://www.ecad.org.br/viewcontroller/publico/conteudo.aspx?codigo=16>

administrar, de manera exclusiva, los derechos generados por la ejecución pública de obras dramáticas o dramático musicales. Inicialmente, la SBAT estaba abierta solamente a los autores teatrales, sin embargo, no tardo mucho tiempo para también incluir a los compositores musicales en su rol de protección. (p.1)

A partir de esta primera experiencia surgen diversas entidades de gestión colectiva de Derechos de Autor, que con el paso del tiempo pasan a disputar el derecho de recolectar y distribuir lo que recaudaban a los autores. A propósito de esta situación, Neto (2003) afirma que:

Surge y gana cuerpo un movimiento de los autores musicales denominado "Asociación de Autores de Música" o SOMBRÁS, cuya actuación fue imprescindible para una modificación más en el contexto autoral brasileño, a punto de influenciar el debate y elaboración de la Ley n. 5.988/73, substituida ya por la nueva ley autoral brasileña, la Ley n. 9.610/98.

Complementa este cuadro desde una perspectiva histórica, la creación del ECAD, instituido por la Ley n. 5.988/73, con la finalidad de mejorar y modernizar el sistema de gestión colectiva, trayendo más eficacia en la recolección y distribución de los derechos de autor de ejecución pública musical, además de substituir las sociedades autorales en esa tarea e impedir el surgimiento de otras. (p.47)

A partir de los años 1970, el ECAD se convierte en la única entidad de gestión colectiva de Derechos de Autor en Brasil. La legislación brasileña de Derechos de Autor de 1998 ratifica esta posición monopolista del ECAD, al señalar que solo podría haber una oficina autorizada a recaudar los Derechos de Autor en Brasil.

Al contrario de la sociedad de autores española, el ECAD no se había visto involucrado en ninguna polémica en relación a las nuevas tecnologías de información y comunicación y los Derechos de Autor hasta que a principios del año 2012 decidió empezar a cobrar una tasa mensual a los blogs que vinculasen directamente en sus páginas vídeos de YouTube o de Vimeo con músicas protegidas por Derechos de Autor. Algunos blogs han sido obligados a pagar la

cuantía de R\$352,59 mensuales, un valor elevado si se considera que estas webs no tienen ánimo de lucro.

El ECAD justifica esta medida afirmando que los blogs son retransmisores y que la utilización de músicas en blog configura una exhibición pública de la canción, lo que permitiría a esta entidad cobrar por las ejecuciones. El ECAD también afirmó que según la ley brasileña de Derechos de Autor, la existencia de lucro directo no es un prerequisite para que exista el cobro de derechos.

3.5. Una comparativa sobre la situación de los Derechos de Autor

3.5.1. Derechos de Autor en España – cuadro actual

En España existe una gran presión por parte de las industrias de contenido y las sociedades de gestión colectiva de Derechos de Autor, en el sentido de que leyes más rigurosas sean aprobadas para combatir el intercambio digital de archivos protegidos por Derecho de Autor. Recientemente los grandes estudios de Hollywood amenazaron con dejar de vender algunos de sus productos³¹ en España, país que según la Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI) figura entre los diez mayores focos de la piratería musical en el mundo³².

El gobierno del PSOE, tras la reforma ministerial llevada a cabo en abril de 2009, cambió al titular del Ministerio de Cultura, poniendo en el cargo a Ángeles González Sinde, una guionista y cineasta sin filiación partidaria. La nueva ministra, que había presidido la

³¹ <http://www.publico.es/303971/hollywood/estudia/dejar/vender/dvd/espana/pirateria?pagCom=5>

³² http://www.elpais.com/articulo/cultura/pirateria/provoca/venta/discos/Espana/caiga/tercio/anos/elpepucul/20050623elpepucul_2/Tes

³² http://www.elpais.com/articulo/internet/Tenemos/pelear/descargas/nos/hagan/desaparecer/elpepuculcin/20090202elpepucul_1/Tes

³² <http://www.abc.es/20090407/cultura-cultura/internautas-consideran-provocacion-nombramiento-200904071437.html>

Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, se posicionó de manera contundente contra las descargas de archivos por Internet durante la gala de los Premios Goya de 2009, poco antes de asumir el Ministerio.

Su nombramiento, como se podría prever después de sus declaraciones, provocó rechazo entre los diversos grupos de usuarios de Internet. La Asociación de Internautas (AI) consideró la elección de Sinde para el Ministerio de Cultura como "una provocación del presidente Zapatero a la comunidad de internautas". El mismo día de su nombramiento se creó un grupo de protesta en la red social Facebook exigiendo su dimisión. Otras diversas campañas contra la nueva ministra aparecieron posteriormente en Internet, y el apodo *Sindescarga*, una referencia a su apellido y a un supuesto rechazo suyo a las descargas de contenido, se popularizó en la Red.

Del otro lado, los representantes de la industria del cine y los representantes de la Sociedad General de Autores (SGAE) se mostraron muy favorables al nombramiento de Gonzalez Sinde. Y efectivamente sus intereses serían mejor cuidados durante la gestión de Sinde en el Ministerio de Cultura. El 27 de noviembre de 2009 el gobierno español introduce por sorpresa en el anteproyecto de la Ley de Economía Sostenible (LES) una disposición adicional, que luego sería conocida como Ley Sinde. Esta disposición otorga a una comisión, sin necesidad de previa autorización judicial, el poder de cerrar páginas web que permitan la descarga de archivos protegidos por derechos de autor, ya sean estos archivos de música, películas, libros o videojuegos³³.

El proyecto de Ley de Economía Sostenible fue aprobado por el ejecutivo el 19 de marzo de 2010. Pero al final del mismo año la Ley Sinde fue rechazada por el congreso. Solamente los diputados del PSOE apoyaron la ley.

³³ http://www.elpais.com/articulo/cultura/Cronologia/ley/Sinde/elpepucul/20111230/elpepucul_5/Tes

Pese a los pedidos de la oposición y de las asociaciones de usuarios de Internet para que dejara el ministerio después del primer revés del proyecto de ley, Sinde continuó ocupando el cargo hasta el final de la legislatura del PSOE, pero sin conseguir aprobar del todo la ley que llevaba su nombre. Con la llegada del Partido Popular al gobierno en el final de 2011, finalmente la ley "que busca frenar la descarga no autorizada de contenidos protegidos por Derechos de Autor"³⁴ fue aprobada. Según el BOE, la ley entraría en vigor en marzo de 2012.³⁵

3.5.2. Derechos de Autor en Brasil - cuadro actual

En Brasil, el debate sobre los Derechos de Autor en Internet no recibe tanta atención de los medios de comunicación como en España. Las portadas de los periódicos y los telediarios dan poco o ningún espacio al tema y los cambios en la legislación estadounidense sobre Copyright suelen recibir más atención en Brasil que las alteraciones en la legislación dentro del propio país.

Sin embargo, el debate sobre los Derechos de Autor y las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación no es algo ajeno al país, ni tampoco la legislación actual es considerada perfecta. Recientemente un estudio promovido por Consumers International, el *IP Watchlist 2011*³⁶ calificó la legislación brasileña para los Derechos de Autor como la cuarta más restrictiva de un total de veinticuatro países investigados.

En relación a la misma investigación llevada a cabo en el año anterior (2010), Brasil perdió tres posiciones en la clasificación final. El estudio sugiere que las leyes de propiedad intelectual en Brasil son tan rígidas que

³⁴ http://www.elpais.com/articulo/cultura/ley/Sinde/aprobada/PP/entrara/vigor/marzo/elpepucul/20120102elpepucul_3/Tes

³⁵ http://www.elpais.com/elpaismedia/ultimahora/media/201201/02/cultura/20120102elpepucul_1_Pes_PDF.pdf

³⁶ <http://www.consumersinternational.org/media/694498/ipwatchlist2011-engrvsd.pdf>

dificultan el acceso a la cultura y el uso educacional de obras protegidas por Derechos de Autor.³⁷

Aunque este no sea un problema exclusivo del país, puesto que Consumers International considera que las llamadas regiones subdesarrolladas, como Latinoamérica y África, son aquellas en las que los usuarios se encuentran con más restricciones, esta pérdida de posiciones puede ser un reflejo de los cambios ocurridos recientemente en la política de Derechos de Autor promovidos por el gobierno de la presidenta Dilma Russef, del Partido de los Trabajadores (PT).

Con la llegada del Partido de los Trabajadores a la presidencia de Brasil en el año 2003, por medio de su candidato Luis Ignacio "Lula" da Silva, el gobierno brasileño pasó a adoptar una estrategia distinta en relación al tema de los Derechos de Autor y las nuevas tecnologías. El presidente Lula nombró para el Ministerio de Cultura al cantante y compositor Gilberto Gil, que estuvo ocupando el cargo entre los años 2003 y 2008.

En este período el ministro, defensor declarado de la Cultura Hacker³⁸, adoptó la licencia Creative Commons, que utilizó incluso para resguardar el contenido de la propia web del Ministerio de Cultura brasileño.

Con la salida de Gil, el ministerio pasó a ser dirigido por aquel que fuera su secretario en el mismo, Juca Ferreira. El nuevo ministro continuó con las mismas políticas de su antecesor, y antes de dejar el ministerio, al final de 2010, dejó preparado un proyecto para una reforma de la Ley de Derechos de Autor de 1998. Guerreiro (2001) cuenta de que manera se elaboró este proyecto:

El MinC propuso el debate sobre una revisión en la Ley Brasileña de Derechos de Autor, con la intención de hacerla más flexible. Y en el 14 de julio de 2010, el Ministerio de Cultura inició un proceso de consulta pública para redefinir la LDA. En el balance

³⁷ <http://blogs.estadao.com.br/link/brasil-tem-4%C2%AA-pior-lei-de-direitos-autorais/>

³⁸ <http://www.elmundo.es/navegante/2008/02/12/tecnologia/1202819044.html>

final, realizado el 31 de agosto, fueron contabilizadas 8431 contribuciones. (p.7)

Con la victoria de Dilma Russef, el Ministerio de Cultura cambió de dirigente de nuevo. La nueva ministra de cultura, Anna de Hollanda, adoptó una estrategia opuesta a la de su antecesor. Su primer acto fue simbólico: eliminar de la web del ministerio las licencias Creative Commons.³⁹ En seguida Hollanda anunció que revisaría la propuesta de modificación de la legislación de Derechos de Autor de 1998, proponiendo que además de la consulta pública también se oyese a algunos juristas. Además, vetó la posibilidad de que el ECAD fuera sometido a control por parte del gobierno.⁴⁰

El cambio en la línea política del Ministerio de Cultura en la administración Russef no pasó desapercibido y la reacción por parte de los personajes vinculados a la cultura en Brasil no tardó en llegar. El movimiento autodenominado Mobiliza Cultura, surgido en las redes sociales, lanzó una carta abierta firmada por más de 2 mil personas, entre las cuales figuraban más de 200 artistas populares en aquel país, con el objetivo de "expresar el extremo malestar por los cambios ocurridos en el campo de las políticas culturales, borrando ocho años de discusiones y avances que dieron visibilidad y voz a un ministerio que hasta la fecha tenía un papel subalterno".⁴¹

Los cambios en la política brasileña de Derechos de Autor todavía no se han traducido en una nueva legislación, pero parece ser una cuestión de tiempo que esto ocurra. Aparte de la reforma de la legislación de Derechos de Autor de 1998 propuesta por la Ministra Anna de Hollanda, existe un proyecto de ley tramitándose, propuesto por el Diputado

³⁹ <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,ato-de-ministra-provoca-protesto,669012,0.htm>

⁴⁰ <http://www.cartacapital.com.br/politica/ana-de-hollanda-diz-que-direitos-autorais-precisam-respeitar-acordos-internacionais/>

⁴¹ <http://oglobo.globo.com/cultura/defensores-da-reforma-da-lei-de-direitos-autorais-enviam-carta-aberta-dilma-rousseff-2775476>

Walter Feldman, que pretende ampliar la protección a los Derechos de Autor en Internet.⁴²

3.6. Copyleft

Copyleft es un concepto surgido a finales de los años 1970. Está vinculado al surgimiento de la industria del software, que en aquel momento empezaba a ganar importancia. La expresión Copyleft fue creada por el fundador de la Free Software Foundation, Richard Stallman⁴³, y es un juego de palabras con la palabra Copyright. Podríamos entender el Copyleft como un concepto que está políticamente a la izquierda (*left*) del concepto de copyright (*right* = derecha).

El autor de una obra registrada con una licencia Copyleft permite a los receptores de la misma copiar, distribuir, modificar o crear una obra derivada no a cambio de una cuantía en dinero, sino a cambio de que los receptores no puedan impedir que otras personas tengan acceso a la obra original ni a una obra derivada de la original. Para Zamora (2006):

La estrategia del *Copyleft* ha sido valerse de la legislación existente en materia de copyright para darle la vuelta al mismo (*Copyleft* [izquierda de copia o copia dejada]) y en lugar de presentar la fórmula "todos los derechos reservados" presentar la de "libre difusión, copia y manipulación", esto es, invirtiendo el significado. Mientras el Copyright reserva todos los derechos automáticamente, el *Copyleft* les brinda a los autores la libertad de decidir qué derechos se reserva y cuáles libera. (p.165)

Los partidarios del Copyleft lo proponen como una alternativa a las restricciones que imponen las normas planteadas en el Copyright, a la hora de hacer, modificar y distribuir copias de una obra determinada. Se pretende garantizar así una mayor libertad para que cada receptor de

⁴² <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=535988>

⁴³ <http://www.gnu.org/gnu/thegnuproject.es.html>

una copia, o una versión derivada de un trabajo, pueda, a su vez, usar, modificar y redistribuir tanto el propio trabajo como las versiones derivadas del mismo.

Existen varios tipos de licencia Copyleft, lo que permite al autor una amplia gama de elecciones en el momento de registrar su obra. La primera licencia del tipo Copyleft fue la General Public License (GPL), una licencia creada por la Free Software Foundation en los años 1980 y que permitía a cualquier persona utilizar un software protegido por Copyright siempre que todas las copias o versiones derivadas también estuviesen disponibles en los mismos términos (Bollier, 2008).

3.6.1. Creative Commons

Los tipos de licencia Copyleft más utilizados actualmente son los del sistema Creative Commons. Creada por el abogado Lawrence Lessing, Creative Commons (CC) es una organización sin ánimo de lucro que ofrece una serie de tipos de licencia Copyleft para el trabajo creativo. Según González-Cotera (2007),

Las licencias *Creative Commons* suponen una escala de grises ante el sistema tradicional de los derechos de autor en el que, si el creador nada expresa, se presume que no se tiene su consentimiento para copiar, difundir, distribuir ni transformar la creación. Licenciar una obra bajo *Creative Commons* supone mostrar al mundo que dispone de autorización previa para los derechos que el autor considera oportuno. Así, frente al tradicional "todos los derechos reservados", este tipo de licencias supone "algunos derechos reservados". (p.117)

Según el sitio web Creative Commons España⁴⁴, existen seis tipos de licencias Creative Commons actualmente disponibles:

⁴⁴ <http://es.creativecommons.org/licencia/>

1. Licencia de reconocimiento: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos.
2. Licencia de Reconocimiento - Sin Obra Derivada: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se pueden realizar obras derivadas.
3. Licencia de Reconocimiento - Sin Obra Derivada - No Comercial: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial. No se pueden realizar obras derivadas.
4. Licencia de Reconocimiento - No Comercial: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial.
5. Licencia de Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.
6. Licencia de Reconocimiento - Compartir Igual: El material creado por un artista puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. Las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.

En la actualidad hay una gran cantidad de contenidos en Internet registrados con las licencias Creative Commons en diversos países. Para que estas licencias tengan validez

en un determinado país es necesaria una adaptación a la legislación local. González-Cotera (2007) describe así este proceso:

La transposición de las licencias a las legislaciones nacionales se lidera por una universidad local, quien mediante el voluntariado de abogados y autores nacionales traducen las licencias y modifican su clausulado para adaptarlas a su legislación pero respetando la filosofía de "compartir". (p.118)

El proceso de introducción de las licencias Creative Commons en España empieza en el año 2003, con las Jornadas Copyleft. El Profesor Ignasi Labastida coordinó las traducciones de la licencia a los idiomas oficiales de España y su transposición a las normas del ordenamiento jurídico español, trabajando por medio de una lista de correo de acceso público. En octubre de 2004 las licencias fueron presentadas oficialmente en la Universidad de Barcelona (González-Cotera, 2007). En la actualidad, según información de CC monitor, España es el segundo país con mayor número de obras registradas bajo alguna de las licencias Creative Commons⁴⁵.

La misma clasificación de CC monitor otorga a Brasil la novena posición entre los países con mayor número de licencias. La versión brasileña de Creative Commons fue presentada por su creador, Lawrence Lessig, en el 5º Fórum Internacional de Software Livre, realizado en Porto Alegre en junio de 2004 (Bollier, 2008). La versión brasileña de CC fue adaptada por el Centro de Tecnologia e Sociedade da Fundação Getúlio Vargas de Rio de Janeiro, que sigue siendo responsable de las licencias Creative Commons en Brasil⁴⁶.

Entre los años 2004 y 2010, como ya comentamos, el Ministerio de Cultura brasileño utilizó la licencia Creative Commons en su propia web. Bollier (2008) comenta sobre la importancia de esta experiencia:

Una de las primeras colaboraciones entre Creative Commons y el gobierno brasileño tuvo como consecuencia

⁴⁵ http://monitor.creativecommons.org/Jurisdiction_Comparison

⁴⁶ <http://direitorio.fgv.br/cts/creative-commons>

el lanzamiento de una licencia CC-GPL especial en diciembre de 2003. Esta licencia adaptaba la General Public Licence para software al traducirla al portugués y ponerla en los habituales "tres niveles" de Creative Commons - una versión en lenguaje coloquial, una versión para abogados compatible con las leyes de derechos de autor locales, y una versión para ser leída por los ordenadores. LA licencia CC-GPL, lanzada en conjunto con la Free Software Foundation, se constituyó en un importante hito internacional porque proporcionó al software libre y a la ética de compartir y reutilizar la firma de un importante gobierno a nivel internacional. Brasil se convirtió desde la fecha en un líder en la utilización de GNU/Linux y software libre en agencias gubernamentales y en el sistema judicial. El país considera el software libre y los open standards como parte de una lucha más amplia por una "agenda de desarrollo" en la World Intellectual Property Organization y la World Trade Organization. De una forma similar, Brasil desafió de forma célebre las leyes de comercio y patente que hacían las drogas contra el HIV/SIDA prohibitivamente caras para miles de brasileños enfermos. (p.186)

El concepto de Copyleft no es equivalente al de dominio público, como parecen pensar algunos de sus críticos. El movimiento que propaga el Copyleft propone nuevos tipos de licencias, que permitan preservar los derechos del autor y a la vez hacer que su obra circule con libertad. Es un tipo de protección al trabajo intelectual que parece estar mejor adaptado a las posibilidades abiertas por el Ciberespacio que el actual sistema de Copyright, puesto que las compensaciones que proporciona al autor por su obra no son solamente de naturaleza económica.

CAPÍTULO IV – PIRATERIA

4. El concepto de Piratería

Las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación han cambiado el panorama de las industrias de contenido en un periodo relativamente corto. Cuando la web empezó a popularizarse, a mediados de los años 1990, pocos podrían imaginar el tamaño de los cambios que las comunicaciones en red iban a traer para este tipo de empresas en los años siguientes.

Según Bustamante (2002) la televisión era, y todavía en un cierto sentido aun sigue siendo, la reina de las industrias culturales. Para él, todas las demás, como la industria musical, del cine o la prensa, dependían de alguna manera de la televisión. La aparición de la web gradualmente cambio ese escenario, desplazando a la televisión de su posición central en la vida cotidiana de las personas.

Cada vez más las personas pasan un tiempo mayor en sus ordenadores o dispositivos móviles conectadas a la Red. La televisión va poco a poco dejando de ser, como electrodoméstico, la pieza central de la casa de las personas. Y este cambio no consiste solamente en la mudanza de un aparato por otro: es, principalmente, un cambio en la manera de relacionarse con la información y la cultura.

Internet es un medio que permite a sus usuarios el intercambio de información a tiempo real y a una escala global. En teoría cualquier persona con un aparato conectado a la Red puede ser tanto un consumidor cuanto un productor de información y de contenidos. La televisión, en contrapartida, es un medio con un grado de interactividad bajo, que como mucho permite la elección entre una serie de contenidos programados, en última instancia, por los propietarios de los canales de televisión.

Las industrias culturales o de contenidos, en su íntima asociación con la televisión, tenían la prerrogativa de, en el caso de la prensa o industria periodística, elegir la agenda del debate político en las democracias occidentales prácticamente por sí solas. La cultura joven, las modas y tendencias de comportamiento estaban bajo un relativo control de la industria musical y del cine. El acceso al medio de comunicación de masas más importante era casi una exclusividad de las grandes empresas.

Con la aparición de Internet surge la necesidad por parte de la industria de hacerse presente y también asociarse con este nuevo medio. En un primer momento, la industria de contenidos, tal vez por desconocimiento de la naturaleza de la Red, intentó reproducir el modelo de comunicación de la televisión, de la radio y del cine en Internet. En los primeros años de la web la industria apostó por los grandes portales periodísticos y de entretenimiento, webs que funcionaban básicamente de forma análoga a los medios de comunicación tradicionales, con un pequeño grupo de emisores transmitiendo información de forma horizontal a una gran base de "espectadores".

Este modelo similar al broadcast tuvo un éxito relativo hasta el cambio de siglo, cuando estalló la llamada burbuja de las empresas punto com. Más o menos por este mismo periodo empiezan a popularizarse los programas de intercambio de archivos como Napster y la Red deja de ser potencialmente un nuevo escaparate para la venta de los productos de la industria cultural y pasa a ser una amenaza para esta misma industria, en especial la industria fonográfica o musical, que según sus propios datos enfrenta una crisis importante, con una caída significativa de las ventas, en función de las descargas de archivos MP3 en Internet.

El control del flujo de informaciones en la Red pasa a ser una prioridad para las industrias de contenido. El Digital Millenium Copyright Act, legislación norteamericana creada en 1998 para regular Internet, proporciona algunas

herramientas legales para combatir las violaciones de Derechos de Autor en línea, pero son necesarios otros instrumentos para convertir Internet en un ambiente seguro para los negocios de la industria cultural. Por un lado se hace un esfuerzo en el sentido de endurecer la legislación de Derechos de Autor y aumentar su alcance, construyendo acuerdos de protección de Copyright a nivel internacional. Por otro lado, los medios de comunicación controlados por la industria empiezan una campaña ideológica contra el intercambio de archivos, en la cual los usuarios de estos programas son acusados de aprovecharse del trabajo ajeno sin ofrecer nada a cambio.

En este contexto los términos "pirata" y "piratería" pasan a ser utilizados con frecuencia cada vez mayor. Hace falta asociar a los usuarios de Internet que utilizan la Red de una forma horizontal y colaborativa con una figura delictiva que está presente en el imaginario popular a muchas generaciones. Sin embargo, estos usuarios terminan por apropiarse del término peyorativo y lo convierten en un signo de identidad, creando todo un movimiento político cuya bandera es la Piratería.

La palabra Piratería, en su concepción original, se refiere a una práctica de saqueo organizado o bandolerismo marítimo, probablemente tan antigua como la navegación misma. La Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar⁴⁷ define Piratería como:

a) Todo acto ilegal de violencia o de detención o todo acto de depredación cometidos con un propósito personal por la tripulación o los pasajeros de un buque privado o de una aeronave privada y dirigidos:

i) Contra un buque o una aeronave en la alta mar o contra personas o bienes a bordo de ellos;

ii) Contra un buque o una aeronave, personas o bienes que se encuentren en un lugar no sometido a la jurisdicción de ningún Estado;

b) Todo acto de participación voluntaria en la utilización de un buque o de una aeronave, cuando el

⁴⁷ http://www.un.org/Depts/los/convention_agreements/texts/unclos/convemar_es.pdf

que lo realice tenga conocimiento de hechos que den a dicho buque o aeronave el carácter de buque o aeronave pirata;

c) Todo acto que tenga por objeto incitar a los actos definidos

Sin embargo, cuando se habla de Piratería en el siglo XXI, la primera imagen que viene a la mente, en especial para aquellas personas que no están ajenas a los noticiarios en los periódicos y en la televisión, ya no es la de los hombres andrajosos, con patas de palo y parche en los ojos, surcando los mares con sus barcos en los que se divisa Jolly Rogers, la famosa bandera de la calavera.

Para estas personas ser un pirata significa producir ropas con marcas adulteradas, vender productos electrónicos de procedencia dudosa o descargarse de Internet material protegido por Derechos de Autor, una actividad que en algunos países empieza a ser cada vez más severamente penalizada. ¿Pero en qué momento la palabra Piratería empezó a asumir este nuevo significado? Johns (2009) intenta aclarar esta cuestión:

¿Cuándo y cómo exactamente las personas empezaron a referirse al hurto intelectual como piratería? La respuesta es más clara de lo que uno podría suponer. Es fácil establecer que el uso comenzó en inglés antes que en otras lenguas europeas. Es más difícil establecer el momento exacto en que el término fue acuñado, pero parece claro que esto sucedió en algún momento de la mitad del siglo diecisiete. Sobre los años 1600 la palabra piratería parece no haber tenido este significado, excepto en alguna ocasiones aisladas, como una metáfora. (p.23)

4.1. Piratería intelectual

Parece lógico que el uso de la palabra Piratería para designar también las violaciones a los Derechos de Autor haya empezado en la Inglaterra del siglo XVIII, en la misma época y lugar en que surgió la primera legislación conocida dedicada a proteger a los autores, el Estatuto de Anne. De

la misma forma, también parece razonable suponer que hoy en día el uso de la expresión Piratería para referirse a las copias no autorizadas, pretendiendo de alguna forma equiparar el acto de hacer copias ilegales con las acciones violentas de los piratas de barcos, es una exageración que sirve a algunos intereses concretos. Stallman (2009) sostiene la misma opinión:

Cuando las compañías discográficas arman tanto escándalo sobre los peligros de la "piratería", no están hablando de violentos ataques a los barcos. De lo que se quejan es de la práctica de compartir copias de música, una actividad en la que participan millones de personas con espíritu de cooperación. Mediante el uso del término "piratería", las compañías discográficas demonizan la cooperación y la práctica de compartir, equiparando estas actividades al secuestro de personas, al asesinato y al robo. (p.1)

Así como los conceptos de Copyright y de Derecho de Autor han cambiado a lo largo del tiempo, lo que significa la Piratería en términos de propiedad intelectual y, más importante, aquello que debe o no ser considerado Piratería Intelectual, también cambió mucho a lo largo de los años. Algunas de las industrias que se consideran más perjudicadas por las descargas en Internet hoy se han beneficiado en su momento de alguna actividad que fue considerada pirata. Lessig (2005) nos proporciona un buen ejemplo cuando explica cómo nació la industria del cine en Hollywood:

La industria del cine de Hollywood fue construida por piratas en fuga. Creadores y directores emigraron desde la costa este a California a principios del siglo XX en parte para escapar de los controles de las patentes concedidas al inventor del cine, Thomas Edison. Estos controles se ejercían por medio de un "trust" de monopolio, la Compañía de Patentes de Películas (MPPC en inglés), y estaban basados en la propiedad creativa de Thomas Edison, estaban basadas en patentes. Edison formó la MPPC para ejercer los derechos que le daba esta propiedad creativa, y la MPPC era estricta en cuanto a los controles que exigía.

(...)

Los Napsters de aquel tiempo, los "independientes", eran compañías como la Fox. E igual que hoy, esos independientes encontraron una fuerte resistencia.

"Se interrumpieron las filmaciones con el robo de la maquinaria, y con frecuencia ocurrían 'accidentes' que resultaban en la pérdida de negativos, equipo, edificios y a veces vidas y miembros". Esto condujo a que los independientes huyeran de la costa este. California estaba suficientemente lejos del alcance de Edison para que allí los cineastas pudieran piratear sus inventos sin miedo a la ley. Y esto es lo que los líderes de la industria del cine de Hollywood, con Fox a la cabeza, simplemente hicieron. (p.70)

El ejemplo de la industria cinematográfica no es el único que puede ser mencionado. La Piratería intelectual fue relativamente común a lo largo de la historia del desarrollo de la industria cultural y ayudó a crear algunas de las principales empresas de entretenimiento que conocemos hoy. Este es el caso por ejemplo de Disney. Su principal personaje, el famoso ratón Mickey Mouse, apareció como lo conocemos hoy por primera vez en 1928, en una animación titulada *Steamboat Willy*. Disney basó su trabajo en un largometraje muy popular en la época, *Steamboat Bill Jr.* Es lo que afirma Lessig (2005) en este párrafo:

Steamboat Bill, Jr. apareció antes de los dibujos animados de Disney, *Steamboat Willie*. La coincidencia de títulos no es casual. *Steamboat Willie* es una parodia directa en dibujos animados de *Steamboat Bill Jr.*, y ambas tienen como fuente una misma canción. No es sólo a partir de la invención del sonido sincronizado en *El cantor de jazz* que obtenemos *Steamboat Willie*. Es también a partir de la invención por parte de Buster Keaton de *Steamboat Bill, Jr.*, inspirado a su vez en la canción "Steamboat Bill". Y a partir de *Steamboat Willie* obtenemos Mickey Mouse. (p.32)

Algunos historiadores sostienen que los piratas del siglo XVI, aquellos a los que nos acostumbramos a ver en el cine clásico y en películas recientes, como la serie de Disney *Piratas del Caribe*, ayudaran con sus saqueos a impulsar la expansión marítima de los países que no habían sido contemplados con tierras en el nuevo mundo por el Tratado de Tordesillas. Piratas ingleses como Francis

Drake, que llegó a conseguir el título de Sir otorgado por la corona británica, obtenían licencias especiales (las Patentes de Corso) y de este modo podían atacar legítimamente barcos de otros países, actuando así como una especie de marina de guerra no oficial (Hoffman, 1980).

Del mismo modo que los corsarios ayudaran a la Inglaterra del siglo XVI a tornarse una potencia naval saqueando los barcos de las naciones enemigas, también los creadores históricamente se beneficiarían de la producción intelectual de aquellos que han venido antes que ellos para enriquecer sus creaciones y enriquecerse a sí mismos o las empresas para las cuales trabajaban. La actividad artística o intelectual se desarrolla, de manera general, con base en los trabajos dejados por las generaciones anteriores, y la idea misma de que los artistas deben ser originales no era corriente en el pasado (Gombrich, 2007).

Sin la copia es prácticamente imposible que exista cualquier actividad creativa y la originalidad absoluta tal vez sea algo utópica. Y es que, como ya constató Propp (2001) al analizar los cuentos populares, no existe una riqueza ilimitada en la imaginación de los pueblos.

4.2. Piratería en Internet

La Piratería Intelectual es una práctica que se remonta a una época muy anterior a la aparición de Internet. Sin embargo hoy Internet se constituye, en la visión de los defensores de la propiedad intelectual, en el principal "puerto pirata" para aquellos que violan los derechos de autor. Las palabras "piratería" y "descarga", con la ayuda de los medios de comunicación de masas, han sido asociadas de una manera profunda, aunque se sabe que una parte considerable de las descargas en Internet son, según Lessig (2005), "de tipo D", "contenidos que no tienen Copyright o que el dueño del Copyright quiere regalar (p.87)."

En cierto sentido es posible hacer una comparación entre la piratería naval practicada en el siglo XVI y la Piratería en Internet, pero hay que resaltar una diferencia importante: la propiedad intelectual, que es el tipo de propiedad que se viola cuando alguien descarga contenido protegido por Derechos de Autor en Internet, es un tipo de propiedad totalmente distinta de la propiedad de un objeto físico. La propiedad intelectual no deja de existir cuando alguien la sustrae. Como la piratería practicada por los corsarios y bucaneros, la Piratería en Internet puede generar riqueza, pero al contrario de aquella, no quita propiedad física a nadie.

Al descargarse una película, libro o música, la persona que se hace con estos contenidos no está privando a otra persona de sus posesiones. Está haciéndose con una copia, en general de buena calidad, a un coste muy próximo a cero. Lessig (2005) resalta la diferencia entre estos dos tipos de propiedad, la tangible y la intangible:

A los extremistas en este debate les encanta decir que "tú no irías a Barnes & Noble a llevarte un libro de las estanterías sin pagarlo; ¿por qué esto va a ser diferente de la música en Internet?" La diferencia, por supuesto, es que cuando te llevas un libro de Barnes & Noble tienen un libro menos para vender. Por contra, cuando tomas un MP3 de una red digital no hay un CD menos para vender. Las reglas de la física de la piratería de lo intangible son diferentes de la física de la piratería de lo tangible. (p.81)

Todos los años tomamos contacto por medio de la prensa o de la televisión con números proporcionados por la industria fonográfica o cinematográfica⁴⁸, por ejemplo, que presentan las enormes pérdidas que estas industrias tendrían anualmente a cuenta de las descargas de contenido en Internet. Según la lógica de los representantes de la industria de contenidos, al descargarse un archivo de Internet los usuarios dejan automáticamente de comprar una copia física de aquel mismo contenido, y por esa razón la

⁴⁸ <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/04/12/cultura/1302602723.html>

Piratería en Internet ocasionaría enormes pérdidas para la industria del entretenimiento.

Pero nadie garantiza que el hecho de que alguien se haga con una copia digital de una determinada obra signifique que automáticamente la industria habrá perdido una venta en una librería o en una tienda de música. La facilidad de acceso a los contenidos y el bajo coste permite a los usuarios de Internet consumir información, en forma de archivos de texto, sonido o video, en cantidades impensables cuando esta información solo estaba disponible en formato físico. Los costes de producción y distribución de copias de un archivo digital son muy inferiores a los costes de producción y distribución de copias físicas.

Sin embargo, la industria sigue actuando como si lo digital y lo físico no fueran cosas distintas. Shirky (2001) sostiene esa opinión:

El sistema desarrollado por la industria musical, llamado Digital Rights Management (DRM), es un intento para forzar a los archivos de música digital a comportarse menos como ceros y unos y más como discos y cintas. La principal novedad del DRM es el Secure Digital Music Initiative (SDMI), cuyo objetivo es crear un formato de archivo de música digital que no pueda ser fácilmente copiado o transferido entre dos aparatos - trasladar los problemas del mundo físico a Internet, en otras palabras. (p.27)

Hay argumentos para sostener la tesis de que al descargarse archivos de Internet los usuarios no dejan de ser potenciales consumidores de productos culturales. Al contrario, al bajarse las obras estos usuarios podrían hacer una selección más eficaz de los contenidos, de modo que aquellos artistas u obras que más les gustasen podrían ser adquiridos en futuras compras. Bollier (2008) proporciona un ejemplo en este párrafo:

En 2006, Paulo Coelho, autor de un libro que tuvo gran éxito de ventas, El alquimista, creó un blog "pirata" en el cual invitaba a los lectores a utilizar BitTorrent y otros programas de intercambio de archivos para descargar copias gratuitas de su libro. Después de poner la traducción al ruso de El alquimista en la Red, las ventas de los ejemplares

impresos en Rusia pasó de alrededor de 1.000 copias al año a 100.000, y después a más de un millón. Coelho atribuye el éxito de las traducciones extranjeras de su libro a su distribución gratuita en la Red. (p.148)

Internet podría ser un inmenso escaparate para los productos de la industria de contenidos, y las descargas fomentarían las ventas de discos, películas y libros. Esa teoría se ha confirmado en la práctica en otros casos recientes. La película brasileña *Tropa de Elite* fue filtrada a la Red antes de su lanzamiento en el circuito comercial de cines, en el año 2007. Las descargas piratas alcanzaron números significativos, sin embargo la película tuvo un gran éxito en las salas de cine brasileño, alcanzando un nuevo record de público, con casi 2 millones de espectadores en total⁴⁹.

Pese a este y a otros ejemplos, tanto en el cine como en la música, la industria sigue considerando las descargas como algo que solo puede ocasionar daño a su negocio. Igualmente las webs que ofrecen música en *streaming* (modelo en el cual el usuario puede oír/ver los contenidos sin descargarlos directamente a su ordenador) son poco toleradas por la industria del entretenimiento, que ha luchado por el cierre de webs como Grooveshark⁵⁰.

Como resultado de esta política conservadora adoptada por ejemplo por las grandes discográficas, otras empresas han pasado a ocupar en Internet el espacio que debería pertenecer naturalmente a ellas. Es el caso de iTunes, una empresa de propiedad del fabricante de ordenadores Apple y que desde el año 2008 es la principal tienda de música de los EEUU⁵¹.

Con la expansión de Internet pasamos a vivir un periodo de abundancia de información. El negocio de la industria cultural estaba basado en la restricción del acceso a la información, que a su vez estaba garantizado

⁴⁹ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u344535.shtml>

⁵⁰ <http://techland.time.com/2011/11/21/universal-music-sues-music-streaming-service-for-100000-illegal-uploads/?iid=tl-article-mostpop1>

⁵¹ http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2008/04/28/actualidad/1209371285_850215.html

por las dificultades técnicas y tecnológicas para copiar y distribuir. Boyle (2008) explica los cambios desde el punto de vista de la industria:

Pero luego viene Internet. Para hacer frente a Internet, nosotros necesitamos el Digital Millennium Copyright Act, el No Electronic Theft Act, el Sony Bono Copyright Act y tal vez el Collections of Information Antipiracy Act. Como los costes de copia se acercan a cero, los derechos de propiedad intelectual necesitan ser más eficientes. Necesitamos fortalecer los derechos, extender los períodos de protección, aumentar las penalizaciones y criminalizar las copias no comerciales. (p.90)

La piratería en Internet es un reflejo en primer lugar de las características del medio, que permite la copia y distribución de contenidos a un coste próximo a cero, y en segundo lugar de la falta de habilidad de la industria del entretenimiento para explotar las nuevas posibilidades abiertas por la Red.

Al optar por una política de enfrentamiento con aquellos que utilizan la Red para intercambiar archivos, la industria ha fomentado el crecimiento de la Piratería y ayudado de forma involuntaria en la aparición de un movimiento político y social que reivindica la Piratería en Internet como algo positivo. "El comportamiento abusivo de la industria del Copyright en Suecia inspiró el lanzamiento del primer partido político cuyo ideario es la reducción de las restricciones del Copyright: el Partido Pirata." (Stallman, 2009). Este movimiento se ha organizado políticamente a escala mundial y ya ocupa escaños en el parlamento europeo.

4.3. Single issue parties

A partir de los años 1970 la preocupación por los problemas medio ambientales en el mundo empezó a aumentar. La creciente contaminación en las grandes ciudades, los peligros de la energía nuclear y la deforestación, temas

que anteriormente no formaban parte de las preocupaciones del ciudadano común, poco a poco se fueron incorporando en el día a día de las personas y también en la agenda de los medios de comunicación de masas y de los partidos políticos.

La sociedad civil se organizó para intentar afrontar los problemas medioambientales. Organizaciones no gubernamentales, como Greenpeace, nacida en el año 1971 por iniciativa de un grupo de activistas antinucleares canadienses⁵², empezaron a ganar importancia a medida que avanzaba la década y se multiplicaban las crisis medio ambientales, como por ejemplo el desastre nuclear en Three Mile Island.

En los años 1980 los partidos verdes, organizaciones políticas cuyo auto declarado objetivo principal es encontrar una manera de compaginar el desarrollo social con la preservación del medio ambiente, ganan fuerza y se tornan, en principio en Europa y luego también en otras partes del mundo, una fuerza política considerable. El primer partido verde en formar parte de un gobierno nacional es el Partido Verde de Finlandia, en el año 1995. A finales de los años 1990 el Partido Verde de Alemania llega al gobierno de aquel país en una coalición con los socialdemócratas, que sigue hasta el año 2005.

Este tipo de partido político es denominado en los países de habla inglesa como *single-issue party* (partidos de un único tema). Su principal característica es centrarse solamente en una cuestión específica. Cas (1999) define así este tipo de partido:

Según algunos estudiosos, el *single-issue party* es una *contradictio in terminis*, porque desafía la esencia del partido político, la combinación de varios temas y demandas políticas. Ellos prefieren el término "single-issue movement" o mismo grupo de presión o interés. Pero hasta los estudiosos que aceptan el *single-issue party*, en general trabajando con una definición mínima de partido político, lo describen con términos negativos. En la mejor de las hipótesis,

⁵² <http://www.greenpeace.org/espana/es/Por-dentro/Greenpeace-Internacional/Historia/>

una especie de "watch-dog role" es asignada a él; esto es, la esencia (funcional) del *single-issue party* es descubrir y poner en el mapa político un asunto específico que es importante para partes del electorado pero es en aquel momento (consciente o inconscientemente) ignorada por los grandes partidos. De todas maneras, se cree que (y a veces se desea) que el *single-issue party* desaparezca una vez que el tema sea incorporado en la amplia lista de asuntos de los grandes partidos. (p.183)

Los single issue parties están presentes tanto a la derecha como a la izquierda del espectro político. Los partidos europeos que abogan por un mayor control de la inmigración, como el Frente Nacional francés y la Liga Norte italiana, son un ejemplo de partidos de tema único vinculados a la derecha, mientras que los partidos verdes y otros como el Partido Antitaurino de España o el Partido por los Animales, de Holanda, tienen una orientación ideológica considerada de izquierdas.

El ciclo de existencia de los single issue parties parece estar vinculado a la aceptación o no de su causa por parte de la sociedad en general. Cuando la tesis defendida por el partido deja de ser importante, como ocurrió por ejemplo con el separatista Bloc Quebecois, de Canadá, el partido tiende a adoptar plataformas más generalistas o desaparecer. Por otro lado, cuando nuevos temas pasan a ocupar la agenda política vemos surgir nuevos partidos de tema único, como ocurre ahora con los partidos pirata.

4.3.1. Partidos pirata

Las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), sus posibilidades y sus usos reales pasaron a ser tema de constantes debates a partir de finales de los años 1990. Así como había ocurrido con las cuestiones medioambientales en los años 1970, la sociedad pasó a considerar los problemas relativos a las TICs como prioritarias en el nuevo siglo. Cuestiones como la privacidad en la Red, la libre circulación de la

información y la libertad de expresión están hoy en la agenda de los medios de comunicación y de los partidos políticos tradicionales.

Sin embargo la forma en que dichas cuestiones son tratadas por los medios y por los partidos políticos presenta algunos sesgos ideológicos considerables. Los medios de comunicación de masas casi siempre optan por destacar los peligros de Internet y la poca fiabilidad de la información disponible en la Red, mientras que los partidos políticos proponen aumentar la protección a los contenidos protegidos por derechos de autor y controlar el flujo de información en Internet.

En este contexto, quedaba claro que el debate sobre las nuevas tecnologías a nivel institucional se encontraba monopolizado por solo uno de los actores políticos interesados, la industria del entretenimiento. Continuando con la analogía con las cuestiones medioambientales, sería como si no hubiese una contrapartida institucional a los representantes políticos de los intereses de las grandes empresas petrolíferas o de la industria de la pesca de ballenas, por ejemplo.

Los defensores de los valores de la Cibercultura, de la misma manera que los ecologistas algunas décadas antes, trataron de organizarse políticamente. Tomando prestado el nombre que sus adversarios utilizaban para designarles, piratas, crearon un partido político, un single issue party, para defender sus intereses a nivel institucional.

El primer partido pirata del cual se tiene conocimiento surgió en Suecia en el año 2006. Miegel y Olsson (2008) explican cómo surgió el Partido Pirata sueco:

Para subrayar aún más el creciente impacto político del tema de la partilla de archivos, un nuevo partido político fue creado para disputar las elecciones generales en Suecia en el año 2006. El nombre del partido es *Piratpartiet* (El Partido Pirata). La creación del *Piratpartiet* en diciembre de 2005 fue una consecuencia del creciente y cada vez más fervoroso debate público respecto a los derechos inmateriales y Copyrights y una protesta contra los

cambios en las leyes suecas sobre copyright que convertiría las descargas por Internet de material protegido por derecho de autor en ilegales. La web del partido empezó por obra de su actual líder Rickard Falkvinge, como una manera de pedir a las personas que firmasen una petición online para reivindicar la abolición de las leyes existentes sobre derechos inmateriales y para protestar contra las nuevas leyes de Copyright. El interés se mostro tan grande que el número de personas que firmó la petición sería suficiente para que Falkvinge registrara un partido político. (p.208)

Siguiendo el ejemplo sueco, en poco tiempo empezaron a surgir partidos piratas en diversos países, algunos reconocidos oficialmente, como el Partido Pirata de España, inscrito en el Registro de Partidos Políticos del Ministerio del Interior de España desde el 22 de enero de 2007⁵³, y otros todavía sin reconocimiento oficial, como el Partido Pirata do Brasil, creado a finales del año 2007.

Según la web del Partido Pirata Internacional (PPI), una organización no gubernamental creada en el año 2010 que congrega a los partidos piratas de varios países⁵⁴, existen actualmente alrededor de 25 países con partidos pirata vinculados al PPI, además de otros diversos partidos piratas independientes, que no mantienen vínculos con esta organización.

Solo tres años después de su fundación el Partido Pirata Sueco ya lograba obtener dos escaños en el parlamento europeo, al alcanzar la marca de 215.000 votos en los comicios del año 2009 (un 7,1% del total de los votos en Suecia), una marca un poco inferior a la que logró otro single issue party, el Partido del Medioambiente, que tuvo el 11,5% del total de votos. Esos números representan un aumento considerable en relación al porcentaje de votos obtenidos por el Partido Pirata Sueco en su primera disputa

⁵³ http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2007/01/31/actualidad/1170235678_850215.html

⁵⁴ <http://www.pp-international.net/about>

electoral, cuando consiguió un 0,63 de los votos en las elecciones legislativas suecas del año 2006⁵⁵.

En números generales, las mayores victorias electorales de un partido pirata ocurrieron en Alemania. En este país, un total de 845.000 de personas (un 2% de los votos totales) votaron al Partido Pirata Alemán en las elecciones federales del año 2009; una cifra considerable, aunque no suficiente para conseguir un escaño en aquel país (para lograr un escaño en el Parlamento Alemán, el mínimo de votos necesarios es el 5%)⁵⁶. Sin embargo, en el año 2011 los piratas alemanes lograron poner 15 representantes en el Parlamento de la Ciudad de Berlín, al alcanzar la marca del 9% de los votos en aquella ciudad. Debido a estos buenos resultados, los piratas alemanes plantean ahora la posibilidad de conseguir escaños en el Parlamento Alemán (Bundenstag) en las elecciones de 2013⁵⁷.

4.3.2. Manifiesto del Partido Pirata y público votante

Poco antes de las elecciones suecas de 2006 el partido pirata de aquel país publicó un manifiesto en el cual aclaraba sus posiciones políticas. Este manifiesto, de manera general, sirvió como base para los programas de los otros partidos piratas por el mundo.

La plataforma política de los partidos pirata guarda algunas semejanzas con la de los partidos verdes. De la misma forma que los verdes, los piratas abogan por la democracia directa y se autoproclaman ajenos a la dicotomía entre izquierdas y derechas - "desde PIRATA rechazamos nuestra inclusión dentro de los antiguos estándares de partidos de derechas o izquierdas, así como cualquier otra condición preexistente, puesto que pensamos que para una

⁵⁵ <http://www.abc.es/20090607/internacional-europa/partido-pirata-sueco-llega-200906072148.html>

⁵⁶ http://elpais.com/diario/2009/10/18/sociedad/1255816801_850215.html

⁵⁷ <http://www.lavanguardia.com/internacional/20110919/54218327390/berlin-hunde-a-los-liberales-y-aumenta-la-inestabilidad-del-gobierno-merkel.html>

regeneración social, hacen falta nuevas perspectivas⁵⁸ - aunque se puede argumentar que sus ideas están más cercanas a las posiciones políticas tradicionalmente defendidas por los partidos de izquierda, los piratas aseguran que están preparados para apoyar a los socialdemócratas así como también a gobiernos conservadores.

Según el manifiesto⁵⁹, la única preocupación del partido es por "la protección de nuestra democracia y de nuestra sociedad abierta, que la marcha hacia una sociedad controlada sea cancelada, y que la cultura y el conocimiento sean liberados." Este objetivo, según el manifiesto, "En ninguna manera difiere de las políticas social democráticas tradicionales o de las políticas liberales/no socialistas tradicionales."

Para Stallman (2009), el programa de los partidos pirata

Incluye la prohibición de la gestión de restricciones digitales [DRM por sus siglas en inglés: Digital Restrictions Management], la legalización de la compartición no comercial de obras publicadas, y la reducción del copyright para uso comercial a un periodo de cinco años. Cinco años después de su publicación, toda obra pasaría al dominio público. (p.1)

Los jóvenes del sexo masculino son mayoría entre los votantes y miembros de los partidos pirata. Este es un perfil típico, no solamente de los usuarios de nuevas tecnologías, sino también de los votantes de los single issue parties (Cas, 1999). La llegada de los partidos pirata al parlamento europeo puede ayudar a hacer que el debate sobre los usos de las nuevas tecnologías empiece a formar parte de la agenda de otros partidos, como sostiene Haunss (2011):

Los partidos piratas son un caso importante porque ellos han contribuido a traer los asuntos relativos a IP más cerca del centro del sistema parlamentario. Sus campañas electorales no solo les

⁵⁸ <https://www.partidopirata.es/conocenos/quienes-somos>

⁵⁹ <http://torrentfreak.com/the-swedish-pirate-party-presents-their-election-manifesto/>

dieron un representante electo para el parlamento europeo, sino también obligaron a otros partidos políticos a posicionarse en relación a los temas planteados por los partidos piratas. (p.132)

La extensión del debate sobre las nuevas tecnologías a otros sectores de la sociedad probablemente ampliará el público votante de los partidos pirata. La consecuencia de este crecimiento a corto plazo puede ser una reversión en el proceso de endurecimiento de las leyes de protección al Copyright a nivel nacional, y a largo plazo una nueva ronda de negociaciones de estas leyes a nivel internacional.

CAPÍTULO V - DISTRIBUCIÓN Y DESCARGA DE CONTENIDOS EN INTERNET

5. Archivos digitales

El ambiente creado por la interconexión de aparatos digitales (Ciberespacio) se caracteriza por la facilidad de circulación de los archivos digitales. En Internet un archivo digital cualquiera puede ser fácilmente copiado y transmitido de un ordenador a otro, sin que el archivo original sufra ningún tipo de pérdida, a un coste próximo a cero. Para Calvi (2009),

Internet es esencialmente un sistema técnico diseñado para distribuir y reproducir todo tipo de información que sortea cualquier barrera a su libre acceso. Así, su principal característica es que la distribución de un archivo informático se realiza a través de múltiples vías, reproduciéndose a sí mismo con un coste de distribución y reproducción nulo, y posibilitando la disponibilidad de dicho archivo en la Red tantas veces como haya sido distribuido y reproducido. (p.1)

Cualquier información puede ser colgada en la Red, siempre que esté en formato digital. Los archivos digitales pueden ser creados de diferentes formas: directamente en el ordenador, utilizando programas de edición de texto o de imagen; por medio de equipos que producen información en formato digital, como las cámaras de video o de fotografías, por ejemplo, o transferidos al ordenador por medio de la conversión de material físico a formatos digitales, utilizando escáneres u otros dispositivos semejantes. Este proceso es conocido como digitalización. Sobre la conversión de material analógico a digital, Smith (1999) opina que:

La información codificada en forma digital no representa las múltiples variaciones de la información tan fielmente como las formas analógicas de grabación. Los dígitos son valores numéricos asignados fijos, de manera que la gran precisión es conseguida en detrimento de las gradaciones infinitesimales que

aportan significado en las formas analógicas. Por ejemplo, cuando una fotografía es digitalizada para ser vista en una pantalla de ordenador, la imagen de tonos continuos original es dividida en puntos con valores asignados que son mapeados en una cuadrícula. El patrón de los puntos es recordado y remontado por el ordenador bajo un comando. (p.2)

Los archivos digitales almacenados en un dispositivo informático pueden ser exportados a la red por medio de un proceso que se denomina *upload* o subida de archivo. Este proceso puede ser efectuado de diferentes formas, dependiendo del espacio donde se quiere colgar el archivo y de las herramientas utilizadas. El administrador de una web puede subir un archivo utilizando un programa File Transfer Protocol (FTP), de la misma manera que un usuario de una red social puede hacer un *upload* de una foto utilizando los recursos proporcionados por los administradores de la web a la cual pretende subir los archivos.

El tiempo de transferencia de un archivo depende del tamaño del archivo en cuestión y de la velocidad de conexión del ordenador donde se encuentra el archivo con la Red, tanto para el proceso de *upload* o subida de archivos como para el proceso contrario, el *download* o descarga de archivos, mediante el cual el usuario transfiere archivos digitales ubicados en otro ordenador para su propio disco duro. Agarwal, Shah y Walrand (2001) afirman que "considerando un pedido de S bytes y un ancho de banda BW , el tiempo de la transferencia de datos puede ser estimado en S/BW ."

5.1. Tipos y tamaños de archivos

Cada archivo digital tiene un tamaño, que equivale al espacio que este archivo ocupa en la memoria (el disco duro) de un ordenador. El tamaño del archivo depende del tipo de archivo, o mejor dicho, del tipo de programa que puede editar el archivo. Como explica Bodê (2008),

Una primera clasificación de formatos de archivos digitales puede ser efectuada teniendo en consideración el tipo de software utilizado para generar los archivos que serán grabados en algún tipo de soporte según las especificaciones del formato. El formato de archivo Write sería del tipo texto, porque es generado por medio de un programa de edición de textos. (p.57)

Los archivos de texto ocupan relativamente poco espacio en el disco duro. En general, un archivo de Microsoft Word (.doc), que suele ser el formato estándar para edición de textos, difícilmente ocupa más de 1 MB de memoria en un disco duro. Una fotografía en formato JPEG, el formato más común para las imágenes digitales, tampoco suele ocupar más de 1MB, aunque su tamaño pueda variar bastante según la resolución de la imagen.

Los archivos de audio en formato MP3, codificados en 128 kbps, pueden alcanzar poco más de 4 MB, dependiendo de la duración del audio que contienen. Y los formatos de video comprimidos, como Xvid o Divx, suelen ocupar 600 MB en el disco duro, en el caso de que reproduzcan una película completa con una calidad aceptable, o hasta 3 GB, si la película tiene calidad de alta definición (HD).

La velocidad de distribución de estos archivos digitales depende de la velocidad de la conexión a la Red que posee el usuario. Un archivo de 1 MB puede ser descargado en menos de 10 minutos a través de una conexión por línea telefónica, la forma más utilizada para conectarse a Internet en los años 1990 (Zentai y Dombóvári, 2005). Sin embargo, con una conexión por banda ancha, las más comunes en los llamados países desarrollados actualmente, es posible descargarse una película de 600 MB en poco más de 10 minutos. Las antiguas conexiones hacían inviable la distribución de archivos audiovisuales por Internet, pero las nuevas conexiones por banda ancha han cambiado este escenario.

5.2. Tipos de conexión

Según Negroponte (1995), "El ancho de banda es la capacidad de pasar información a través de un canal determinado." Aplicando esta definición a Internet, podemos afirmar que para conexiones a la Red, el término ancho de banda se refiere a la cantidad de información o de datos que se pueden enviar a través de una conexión de red en un período dado. El ancho de banda se indica generalmente en bits por segundo (Bps), kilobits por segundo (Kbps), o megabits por segundo (Mbps).

Las conexiones a Internet han evolucionado de forma significativa en los últimos años. En un primer momento, el uso comercial de Internet se caracterizó por las conexiones por medio de la red telefónica, con el auxilio de módems para convertir las señales analógicas en digitales (conexiones *dial up*). Este tipo de conexión a la Red presentaba unas tasas de transmisión de datos máximas del orden de 56 Kb/s, bastante baja según los patrones actuales, e insuficiente para descargar archivos de audio y video de forma rápida.

En un segundo momento, a partir de la primera década del siglo XXI, empezaron a popularizarse las llamadas conexiones por banda ancha, como sostienen Álvarez-Campana y otros autores (2009):

Durante los últimos años se han producido avances significativos en la oferta de servicios de acceso a Internet, con un crecimiento sostenido de los accesos mediante ADSL y redes de cable. Igualmente, las redes móviles han aumentado considerablemente su capacidad, permitiendo el acceso a internet de banda ancha. En 2007 la facturación mundial en servicios de telecomunicaciones aumentó alrededor del 6,2%, debido fundamentalmente al mayor volumen de negocio de la telefonía móvil y al aumento de la demanda de conexiones de banda ancha. A finales de 2008 se estimaba en más de 400 millones el número de abonados de banda ancha en el mundo, con un aumento interanual cercano al 20%. (p.1)

Bajo la denominación general "banda ancha" se agrupan diversos tipos de conexión con altas tasas de transmisión de datos. Según información extraída de la web de la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos⁶⁰ existen seis tipos de plataformas de transmisión de datos por banda ancha. Estas son:

1. Línea digital de suscriptor (DSL) - es una tecnología de transmisión telefónica que envía datos más rápido a través de las líneas telefónicas de cobre ya instaladas en casas y empresas. La banda ancha de DSL proporciona velocidades de transmisión que van desde varios cientos de kilobits por segundo (Kbps) hasta millones de bits por segundo (Mbps). La disponibilidad y velocidad del servicio de DSL puede depender de la distancia que hay entre la casa o negocio a las instalaciones más próximas de la compañía de teléfonos.
2. Módem de cable - Es una tecnología que proporciona Internet de alta velocidad usando los cables coaxiales que envían imágenes y sonidos al televisor. La mayoría de los módems de cable son dispositivos externos que tienen dos conectores, uno en la salida de pared del cable y el otro en la computadora. La velocidad de transmisión de datos es de 1.5 Mbps o más. Los suscriptores pueden tener acceso al servicio de módem de cable encendiendo sus ordenadores sin tener que marcar al proveedor del servicio de Internet (ISP, por sus siglas en inglés). Las velocidades de transmisión varían dependiendo del tipo de módem de cable, red del cable y carga de tráfico. Las velocidades son comparables con la DSL.
3. Fibra óptica - La tecnología de fibra óptica convierte las señales eléctricas que llevan los datos en luz y envía la luz a través de fibras de vidrio transparentes con un diámetro cercano al del

⁶⁰ http://transition.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/sp_highspeedinternet.html

cabello humano. La fibra transmite los datos a velocidades muy superiores a las velocidades de la DSL o módem de cable actuales, normalmente en diez o cien veces más Mbps. La velocidad real que experimenta variará dependiendo de diversos factores, como por ejemplo la distancia entre el proveedor de servicio y el ordenador cliente y la forma como se configura el servicio, incluyendo la cantidad de ancho de banda utilizada.

4. Inalámbrica - la banda ancha inalámbrica conecta una casa o negocio a Internet usando un enlace de radio entre el ordenador del cliente y las instalaciones del proveedor del servicio. La banda ancha inalámbrica puede ser móvil o fija. Las tecnologías inalámbricas que usan equipo direccional con un rango mayor proveen el servicio de banda ancha en áreas remotas o muy poco pobladas donde el servicio de la DSL o del módem de cable sería muy costoso. Las velocidades son comparables a las de la DSL y el módem de cable.
5. Satélite - la banda ancha por satélite es otra forma de banda ancha inalámbrica, muy útil también para dar servicio a áreas remotas o muy poco pobladas. Las velocidades de transmisión de datos de subida y bajada para la banda ancha por satélite dependen de varios factores, incluyendo el paquete de servicios que se compra y el proveedor, la línea de visibilidad directa del consumidor al satélite y el clima. Normalmente un consumidor puede esperar recibir (descargar) los datos a una velocidad de aproximadamente 500 Kbps y enviarlos (subir) a una velocidad de aproximadamente 80 Kbps. Estas velocidades pueden ser menores que las que se tienen con la DSL o el módem de cable, pero la velocidad para descargar los datos es aproximadamente 10 veces más rápida que la velocidad que se tiene con el Internet de marcación telefónica.

6. Banda ancha por la línea eléctrica (BPL)- la banda ancha por la línea eléctrica (BPL, por sus siglas en inglés) es el servicio que se proporciona a través de la red existente de distribución de energía eléctrica de bajo y medio voltaje. Las velocidades de transmisión de la BPL son comparables a las de la DSL y el módem de cable. Es una tecnología emergente, actualmente disponible en áreas muy limitadas. Tiene un potencial significativo ya que las líneas eléctricas están instaladas virtualmente en todos los hogares, aliviando la necesidad de construir nuevas instalaciones de banda ancha para cada consumidor.

5.2.1. Estadísticas de conexión por banda ancha

El porcentaje de los hogares conectado a Internet por banda ancha aumentó de forma considerable en la última década. Hablando de los Estados Unidos, Castells (2002) afirma que:

En agosto de 2000, tan sólo el 10,7% de los hogares *on line* (que representaban al 4,5% de todos los de Estados Unidos) tenía acceso de banda ancha, mientras que el resto de hogares *on line* se conectaban a Internet a través de la línea telefónica regular. La mayor parte de los hogares conectados por banda ancha utilizaban módems cable (50,8%) o DSL (33,7%) mientras que sólo el 4,6% utilizaban conexión inalámbrica o por satélite. (p.284)

Según una investigación llevada a cabo por el Pew Research Center en abril de 2009⁶¹, el 63% de los adultos en Estados Unidos poseían conexión a Internet por banda ancha en aquellas fechas. En abril de 2008 el número de adultos que utilizaban este tipo de conexión en casa era del 55%, lo que representa un crecimiento del 15% de las conexiones por banda ancha en un periodo de un año. Aún según Pew Research Center, el número de conexiones a

⁶¹ <http://pewinternet.com/~media/Files/Reports/2009/Home-Broadband-Adoption-2009.pdf>

Internet por banda ancha superó el número de conexiones por medio de la línea telefónica en los Estados Unidos en el año 2004.

En España el número de hogares con conexión a Internet por banda ancha también ha presentado un crecimiento significativo en los últimos años. Según datos del Instituto Nacional de Estadística⁶², en el año 2007 el 39,2% de los hogares en España poseían conexiones de este tipo, número que pasó al 44,6% en 2008, 51,3% en 2009, 57,4% en 2010 y finalmente alcanzó el 61,9% en el año 2011. Las conexiones por línea telefónica convencional, que representaban el 17,6% de las conexiones a Internet en los hogares en el año 2007, solo estaban presentes en un 1,3% de los hogares en el año 2011.

En Brasil, una investigación sobre acceso a Internet conducida por el Instituto Brasileño de Geografía e Estadística (IBGE) en el año 2008⁶³ apuntaba que el 80,3% de la población del país que tenía acceso a Internet desde su casa se conectaba por banda ancha. Del resto, el 18,0% se conectaba por medio de la línea telefónica y el 1,7% a través de las dos formas.

En comparación con los datos de la misma investigación para el año 2005, el aumento del número de conexiones por banda ancha en Brasil fue considerable. En aquel año, un 57,4% de los usuarios que se conectaban desde su casa utilizaban una conexión por línea telefónica, contra solamente 36,4% de personas que utilizaban una conexión de banda ancha y el 6,2% que utilizaban los dos tipos de conexión.

El crecimiento del número de conexiones a Internet por banda ancha en todo el mundo ha permitido que además de los pequeños archivos de texto, que suelen tener casi siempre menos de 1MB, también los archivos de audio e imagen, que varían en tamaño entre 4MB a varios GB, pudiesen ser

⁶² http://www.minetur.gob.es/es-ES/IndicadoresyEstadisticas/DatosEstadisticos/V.%20Sector%20TIC%20y%20sociedad%20de%20la%20informaci%C3%B3n/V_6.pdf

⁶³ http://www.ibge.gov.br/graficos_dinamicos/pnad2008_tic/conexao.php

descargados desde otros ordenadores conectados a la Red con rapidez.

5.3. Tecnologías de compresión de datos

Otro avance tecnológico importante ocurrido en los últimos años fue el desarrollo de tecnologías de compresión de datos más eficientes. Estas tecnologías han reducido el espacio en disco necesario para almacenar los archivos de audio y video, al mismo tiempo que permitieron una disminución del tiempo de transmisión de estos tipos de archivo por Internet.

La compresión de datos es una técnica utilizada para reducir el volumen de datos necesarios para representar una determinada información. Según Lechtaler y Fusario (1999), se trata de "Técnicas lógicas o físicas que permiten reducir el tamaño de un conjunto de datos sin alterar el significado de la información que contienen." (p.137)

Muchos de los contenidos que se transmiten a través de Internet están comprimidos. Archivos de imagen, de música, de vídeo o de cualquier otro tipo son comprimidos para reducir su tamaño, facilitando así su intercambio a través de la Red a la vez que se ahorra espacio en disco. Sin estos logaritmos de compresión, el tránsito de archivos por la Red quedaría comprometido, y el intercambio de los mismos no llegaría a tener la importancia que tiene hoy. De entre todos los tipos de archivos comprimidos el que trajo consigo los cambios más importantes, no solo técnicos sino también sociales, ha sido el archivo tipo MP3.

5.3.1. MP3

Los discos compactos o CDs utilizan un formato de archivo de sonidos conocido por las siglas WAV. Este formato guarda los sonidos en forma de onda, obteniendo

como resultado una alta fidelidad sonora. Pero el WAV presenta un gran inconveniente en términos de tamaño, llegando a necesitar varios MB de espacio en disco por cada minuto de sonido grabado. Estas características hacían que el tiempo de descarga de un archivo WAV fuese enorme, principalmente si pensamos en la calidad de conexión a Internet que se tenía 15 años atrás. Además, un único CD guardado en la memoria del ordenador podía ocupar entre 150 y 500 MB de espacio en el disco duro, cantidad que muchas veces excedía el tamaño total de un disco duro común de la época.

A finales de los años 1980 el Moving Picture Experts Group (MPEG) creó un sistema de compresión de datos que permitió reducir el tamaño de espacio en disco necesario para guardar un archivo de música digital sin gran pérdida de calidad, denominado MPEG - Audio Layer III o MP3⁶⁴. El formato MP3 podía comprimir los datos con una ventaja de 12:1 en relación al formato WAV. De esta manera una canción con una duración aproximada de 3 minutos, que antes ocupaba un espacio en disco de aproximadamente 32MB, podría ser convertida en un archivo MP3 de alrededor de 3MB, sin pérdida significativa en la calidad del sonido final.

Litman (2006) explica el proceso de popularización del formato MP3:

Sobre la época en que el *Digital millennium Copyright Act* se puso en marcha, en octubre, un pequeño pero significativo número de fans de la música descubrieran la música en formato MP3. El MP3 es un formato de archivo de compresión de datos que permite que grabaciones con calidad cercana a la de un CD sean reproducidas en archivos de un tamaño más cómodo. Programas informáticos gratuitos permiten a los consumidores pasar las grabaciones comerciales de CDs para archivos MP3, almacenarlas en un disco duro y reproducir la música por medio de los altavoces del ordenador. Debido a que los archivos MP3 han sido comprimidos, es posible almacenar una gran cantidad de archivos en un disco duro normal, y transmitir grabaciones de alta calidad por Internet. Los consumidores pueden descargarse colecciones completas de música por medio de sus líneas telefónicas.

⁶⁴ <http://www.buzzle.com/articles/history-mp3-file-format.html>

Alrededor de 1998, bandas independientes empezaron a distribuir su música directamente a los consumidores en formato MP3, algunos de forma gratuita y otros a cambio de dinero. Bandas más grandes publicaron archivos con muestras gratuitas. Aparecieron diversas webs dedicadas a la fiebre del MP3 y sugerencias de MP3 y archivos MP3. En el verano de 1998, Diamond Multimedia anunció que iba a presentar un nuevo reproductor de MP3 portátil que posibilitaría a los consumidores llevar con ellos 30 minutos de música. (p.154)

El éxito del MP3 en los últimos años ha sido tan grande que su nombre se ha convertido casi en sinónimo de música digital. Después del Diamond player, otros reproductores de MP3, como el Ipod, sacaron el formato MP3 del ordenador y lo llevaron a la calle, de manera similar a lo que había pasado anteriormente con los reproductores portátiles de cintas K7. Sin el formato MP3, la popularización de la distribución digital de música sería bastante más complicada.

5.4. Medios de distribución de archivos digitales

Hay varias maneras de distribuir un archivo digital en Internet. Por las características del medio, es muy económico subir un archivo digital y publicarlo en la Red. De esta manera tanto una gran empresa como un usuario común pueden publicar archivos en Internet, utilizando para esto el medio más adecuado.

De una forma general se puede decir que los contenidos en Internet pueden ser obtenidos por medio de descargas de archivo o por *streaming*. Este consiste en una forma de distribución en la cual el usuario o consumidor no tiene necesariamente que descargar el contenido que será consumido en su disco duro. El archivo de música, película o texto es visualizado directamente en la web, por medio de una transferencia de datos directa y continua.

En contraposición al *streaming* está el concepto de descarga o *download*, que consiste en transferir los

archivos que están almacenados en un ordenador remoto o servidor directamente al ordenador o dispositivo informático del usuario o consumidor. La información queda almacenada en el disco duro y puede ser consultada en cualquier momento, independientemente de que exista o no una conexión a Internet.

5.4.1. Plataformas de streaming

Con el crecimiento de la capacidad de transmisión de datos conseguida gracias al aumento del ancho de banda de las conexiones a Internet (conexiones por cable o DSL) los usuarios pudieron, además de descargarse con facilidad archivos de audio y video directamente a sus discos duros, pasar a oír y ver contenidos en línea a partir de webs como Youtube o Vimeo, para los videos, y Spotify y Last.fm, para la música. Esta modalidad de descarga de contenidos, que elimina la necesidad de almacenar los archivos en los ordenadores de los usuarios, es conocida como *streaming*.

En los últimos años el *streaming* esta constituyéndose en la tendencia para el consumo de música y videos en internet. Según Lopez (2011), "En España (...) las actividades relacionadas con el consumo de música están entre las principales rutinas de los internautas. Además, por primera vez, la escucha de música online (sin descargar) ha superado a la descarga ordinaria de música, representando ya un 56,9% de los usos de los navegantes." El *streaming* de archivos de música y video es parte de una tendencia a la cual se suele denominar *cloud computing* o computación en nube. Esta propuesta se basa en el precepto de que los usuarios no necesitan tener en sus propios ordenadores los archivos y programas que utilizamos. No se trata de algo nuevo, como bien señala Marquez (2010):

La 'nube' no es otra cosa más que la famosa Internet que utilizamos para almacenar nuestros archivos e información mediante las aplicaciones que las empresas nos ofrecen. Lo nuevo es llevar el concepto al extremo, usando todos los programas

directamente desde Internet y almacenando allí todos nuestros archivos. La mayoría de la gente ya usa la 'nube' para enviar, recibir y almacenar mensajes en los populares servicios de correo electrónico como Hotmail o Yahoo. Estos, a diferencia de otros programas de gestión de correo como Outlook o Eudora, nos permiten hacer todo desde cualquier máquina conectada a Internet y sin tener que instalar un programa. Accedemos a ellos como si accediéramos a una página web, por lo que los gestionamos directamente desde la Red. (p.1)

Algunos servicios de *streaming*, como Spotify, son apuntados como el camino a seguir por la industria musical para salir de la supuesta crisis en la cual se encuentra en la actualidad. El modelo de negocio de las webs de *streaming* se basa principalmente en la venta de publicidad y en la venta de cuentas *premium*. Sin embargo, apenas un pequeño porcentaje de los ingresos de estas webs se hacen por medio de suscripciones (López, 2011). La mayor parte de las ganancias son obtenidas a través de los ingresos publicitarios, en un modelo de negocio apodado como *freemium*, en el cual la publicidad financia la música gratuita.

Marquez (2010) explica las ventajas del modelo *freemium* desde el punto de vista de las discográficas:

El modelo *freemium* también tiene importantes consecuencias para las discográficas y los artistas, a los que se les retribuye según la lógica cuantitativa del número de canciones escuchadas. Pero, además, tiene una ventaja añadida, porque si me compro el CD pago una sola vez, mientras que si voy a Last.fm o Spotify y escucho la canción y consumo el anuncio (en caso de uso gratuito), cada visita supone un ingreso, al tiempo que se elimina la piratería, pues no hay necesidad de descarga, ni legal ni ilegal. Spotify, nacido tras un acuerdo de sus fundadores con las grandes discográficas (Sony BMG, Universal Music, Warner Music y EMI), se ha convertido en muy poco tiempo en el paradigma de este modelo: ha firmado un acuerdo con 20.000 discográficas independientes y con los grandes sellos que representan el 80% de la música comercial. (p.1)

5.4.2. Descargas directas

Otro medio para obtener archivos digitales es a través de las búsquedas directas por enlaces para *downloads*, utilizando para este fin buscadores como Google o mirando directamente en blogs y sitios web especializados en proporcionar enlaces para contenidos. Estos enlaces son conocidos como *direct download link* (DDL), o simplemente *direct download* (descarga directa, en una traducción libre al español). Este término es utilizado por los usuarios de la Red para describir un enlace que apunta para un local en Internet en el cual el usuario puede descargar un archivo.

5.4.3. Webs de almacenamiento de archivos

Casi todos los archivos enlazados se encuentran hospedados en las webs de almacenamiento de archivos, también conocidas como servicio de alojamiento de archivos o servicio de almacenamiento de archivos online. Se trata de un tipo de servicio de hospedaje en la web diseñado específicamente para almacenar archivos de usuarios. Por medio de estos servicios, los usuarios pueden subir archivos que después estarán disponibles para que otros usuarios los descarguen. Los archivos pueden ser subidos utilizando protocolos FTP o HTTP, más fácil de ser utilizado por los usuarios poco expertos.

Existen diversos sitios de este tipo funcionando actualmente, como por ejemplo Rapidshare, Fileserve o MediaFire. Los servicios ofrecidos por estas webs varían en cuanto al tamaño máximo de archivo permitido, ancho de banda para descargas o subidas de archivos y posibilidad o no de reanudar las descargas. En general todos ofrecen alojamiento de videos, alojamiento de imágenes, almacenamiento y copios de seguridad virtuales.

El servicio de almacenamiento de archivos que alcanzó mayor popularidad entre los usuarios fue Megaupload, cerrado a principios del año 2012 por un mandato del FBI estadounidense. Megaupload fue eliminado por completo en poco tiempo, y con él también fueron borrados los archivos de todos los usuarios - incluyendo aquellos archivos de propiedad personal y que por lo tanto no violaban ninguna ley de Derechos de Autor.

Algunos de estos sitios ofrecen servicios especiales mediante pago, posibilitando así a los usuarios suscritos aumentar la velocidad de descarga y el número de archivos que se pueden descargar o subir cada día, además de otras ventajas que varían según la web. También se ofrece en algunas de estas webs un programa de recompensas, que premia a los usuarios que suben más archivos. Después del cierre de Megaupload, webs como Fileserve han dejado de ofrecer programas de recompensas y también han dejado de permitir que se descarguen archivos que no sean de propiedad del usuario que los subió a la web.

CAPÍTULO VI - P2P

6. Intercambio

El trueque es una práctica económica que se remonta a tiempos anteriores a la existencia del dinero. Consiste en intercambiar objetos o servicios a cambio de otros tipos de objetos y servicios sin la necesidad de intermediarios, en una transacción directa entre los participantes. El trueque todavía está presente en pequeñas comunidades o tribus aisladas e incluso han ocurrido casos de despunte del trueque en sociedades más complejas, como ha pasado recientemente en Argentina, por ejemplo, con el fenómeno de los clubes de trueque (Bombal, Leoni y Luzzi, 2002).

La emergencia del Ciberespacio propició la aparición de nuevas formas de trueque, parecidos en esencia a las practicas arcaicas, pero de naturaleza digital. Al permitir que sus usuarios entrasen en contacto directo, Internet eliminó, en teoría, la figura del intermediario, posibilitando que una organización económica alternativa basada en el intercambio surgiera utilizando exactamente la misma tecnología que mueve todo el moderno sistema bancario internacional, por ejemplo. Además, la naturaleza digital de la nueva tecnología permitió que las dos o más partes que participan en el trueque pudiesen intercambiar sus pertenencias sin que nadie se quedara sin su posesión original.

En Internet es fácil encontrar webs que se dedican a poner en contacto usuarios que ofrecen productos a cambio de otros productos, como es el caso de Xcambo.com y Fileswap.com, por ejemplo. Estas plataformas electrónicas de intercambio ponen en contacto directo a los usuarios que también pueden ser entendidos, utilizando la terminología informática, como puntos de la red (conexión punto a punto). Además de las webs, también existen foros y otros tipos de recursos en línea que permiten a sus usuarios intercambiar directamente productos, archivos digitales o

información. El diseño tecnológico de Internet, su estructura reticulada, estimula estos tipos de uso de la Red, aunque no los determina.

Las posibles aplicaciones de esta tecnología son variadas y dependen más de la manera como se utiliza la herramienta que de la propia herramienta. El movimiento social de la Cibercultura adoptó una forma de utilización de la tecnología punto a punto que se hizo muy popular a principios del nuevo siglo, cuando el intercambio de archivos de audio e imágenes por medio de las llamadas redes Peer to Peer o P2P se popularizó en Internet.

Bawens (2003) explica esta popularización de la siguiente forma:

¿Porque esta emergencia? La respuesta corta es: P2P es una consecuencia de la abundancia (en realidad es a la vez causa y consecuencia). Con el surgimiento de la "era de la información" que empezó con los medios de comunicación de masas y redes privadas no integradas para multinacionales, pero especialmente con el surgimiento de Internet y la propia web, que permite la copia y la distribución de cualquier creación digital a un coste insignificante, surge la abundancia de información. Para los procesos en los negocios, se torna clave la palabra "flujo" y la integración de estos flujos infinitos. La producción de bienes materiales está basada en la administración de flujos inmateriales. En este contexto, sistemas centralizados crean de forma inevitable cuellos de botella dificultando el flujo. En un sistema P2P, cualquier nudo puede contactar el otro, sin tener que pasar por estos cuellos de botella. La jerarquía solo funciona con la escasez, y en una situación en la cual el control de recursos escasos determina el resultado final de los juegos de suma cero que están ocurriendo. En una situación de abundancia, los nudos centralizados no pueden funcionar. (pp. 8-9)

En una economía en la que los recursos son abundantes, los intermediarios, aquellos que administran la escasez, son innecesarios. En los últimos años, las redes P2P han sido el principal blanco de las críticas de los detentadores de Derechos de Autor y de las industrias culturales, los principales intermediarios en el negocio de la distribución de información. Al atacar las redes de

intercambio, estos intermediarios pretendían restaurar una economía basada en la escasez de la información, garantizando así su control.

6.1. Las redes Peer to Peer (P2P)

Las redes Peer to Peer, redes de pares, redes entre iguales, redes entre pares o redes punto a punto (P2P, por sus siglas en inglés) son redes de ordenadores que funcionan sin clientes ni servidores fijos, por medio de una serie de nodos que se comportan como iguales (pares) entre sí. Las redes P2P permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre los ordenadores interconectados.

Para Righi, Pelissari y Westphall, las redes P2P son:

Sistemas distribuidos sin control central u organización jerárquica, en los cuales el programa que es ejecutado en cada elemento es equivalente en funcionalidad. Esos sistemas posibilitan que los usuarios, además de consumidores de los recursos, sean los propios responsables por hacerlos disponibles. (p.353)

Otra definición de redes Peer to Peer puede ser encontrada en la web de Soulseek⁶⁵, un programa de intercambio de archivos similar a Napster:

Según su denominación en inglés, Peer-to-peer es una red informática que funciona entre iguales (entre pares). A diferencia de otro tipo de plataformas que posee servidores fijos, el P2P trabaja bajo la idea de nodos. Cada uno de ellos es una persona, que es cliente y servidor en simultáneo

El modo de funcionamiento de estas redes posibilita que cada computador vinculado a la red se transforme en una pequeña biblioteca de archivos digitales, abierta a todos los usuarios conectados. La misma definición puede ser dada a Internet como un todo, como sostiene Calvi (2004):

⁶⁵ <http://soulseek.com.es/articulos/que-es-p2p>

En este sentido, Internet fue concebida, diseñada y desarrollada para ser un gran sistema de intercambio de recursos informáticos de usuario a usuario (P2P), a partir de una arquitectura de red que se fue configurando entre la centralización (punto-masa) y la descentralización (punto-punto), y cuya construcción fue orientada por una política de integración tanto de las redes ya existentes como de futuras redes, con una estructura técnica común que permitiese a cada ordenador de la Red intercambiar información sin restricciones de ningún tipo. (p.47)

Podemos considerar que la estructura técnica de Internet es una estructura P2P. Pero las posibles aplicaciones técnicas de las redes P2P son variadas y no se limitan solo a la Red. Pueden ser utilizadas en el ámbito de la telefonía móvil, por ejemplo. Sin embargo, cuando pensamos en Peer to Peer pensamos inmediatamente en su aplicación en las redes de intercambio de archivos de audio y video en Internet. Eso se debe fundamentalmente al impacto social ocasionado por estas redes, impacto este provocado no por sus características técnicas, sino por los usos sociales que han sido dados a ellos. Shirky (2000) explica estos nuevos usos sociales:

Lo que ha cambiado es lo que son los nodos de estos sistemas P2P - ordenadores conectados a Internet, que antes estaban relegados a ser nada más que clientes - y donde están estos nodos - en los límites de Internet, separados del sistema DNS porque ellos no tienen una dirección IP fija. (p.1)

6.2. Tipos de redes P2P

Las redes P2P pueden ser clasificadas, de forma general, en tres grandes grupos, de acuerdo con el grado de centralización que poseen:

- Redes centralizadas: son redes estructuradas de forma compacta en las que todos los intercambios se realizan por medio de un servidor central, que sirve de punto de enlace entre dos nodos y que, simultáneamente, almacena y distribuye los nodos donde se encuentran

los recursos. Un ejemplo de red P2P centralizada es la Red Napster y sus descendientes, como Open Nap.

Las principales ventajas de este tipo de redes son la facilidad de administración y la mayor disponibilidad de contenidos, ya que estos están disponibles aun cuando el usuario que lo hospeda no está conectado. En contrapartida, presentan debilidades estructurales, como la falta de escalabilidad, resultado de su arquitectura basada en un servidor central, además de ofrecer poca seguridad a sus usuarios. Otro problema es que este tipo de red, al centralizar todo el tráfico de datos, acaba por presentar dificultades cuando se enfrentan a demandas legales, dificultades que han quedado evidenciadas en el caso Napster, por ejemplo.

- Redes descentralizadas o distribuidas: son redes que prescinden de una administración central que coordine las conexiones de red (no poseen un servidor central), por lo que los mismos usuarios desempeñan el papel de nodos de las conexiones y son también los encargados de almacenar la información.

En las redes descentralizadas todas las comunicaciones son directamente de usuario a usuario con la colaboración de un nodo que es, a su vez, otro usuario que permite establecer esas comunicaciones. Los nodos actúan simultáneamente como cliente y como servidor y en este tipo de red no hay un enrutador central que sirva como nodo y administre direcciones. Es el tipo de estructura de red que está por detrás de programas como Gnutella y Freenet, por ejemplo.

- Redes híbridas o mixtas: son redes que están en una situación intermedia entre los sistemas centralizados y descentralizados. Según Calvi (2004), este tipo de red representa un paso adelante en relación a los dos modelos anteriores, porque "funciona sin servidores centrales, evitando así posibles ataques legales. A pesar de ello, mantiene un cierto nivel de

centralización de las funciones necesarias para poder gestionar grandes volúmenes de información". En estas redes el servidor central actúa como un eje y administra los recursos de banda ancha, enrutamientos y comunicación entre nodos pero sin conocer la identidad de cada nodo y sin almacenar información, por lo que el servidor no comparte archivos con ningún nodo. Sandulli y Barbero (2005) explican de esta forma el funcionamiento de estas redes:

Un conjunto reducido de nodos se definen como supernodos. Éstos actúan como si fueran servidores centrales. Los equipos restantes se conectan a un supernodo. Los supernodos actúan como servidores centrales en tanto en cuanto mantienen índices de los archivos compartidos por los equipos de su entorno y gestionan todas sus solicitudes de búsqueda. Cada supernodo está unido al mismo tiempo a un subconjunto formado por otros supernodos, redirigiendo también solicitudes de búsqueda de sus "equipos cliente" a los otros supernodos. La transferencia de archivos se gestiona una vez más, directamente entre el usuario y el equipo que almacena el archivo. Esta es la estructura de FastTrack (Kazaa, iMesh, Grokster, eDonkey y WinMX). (p.110)

6.3. Programas de intercambio de archivos

Antes del surgimiento de los programas de intercambio de archivos propiamente dichos han existido dentro de la Red otras aplicaciones que, desde un punto de vista técnico, podrían ser consideradas como Peer to Peer. El hoy popular correo electrónico o email, cuya forma actual puede ser atribuida a Ray Tomlinson, creador de los programas SNGMSG (para enviar los mensajes) y Readmail (para leerlos), apareció en el año 1971⁶⁶.

Se trataba de una aplicación diseñada para el intercambio directo de información entre los usuarios y que por lo tanto podría ser considerada como P2P. De la misma forma otras aplicaciones sencillas surgidas después y que

⁶⁶ http://www.telecable.es/personales/carlosmg1/historia_correo.htm

existen todavía, como el protocolo de transferencia de archivos informáticos o File Transfer Protocol (FTP), un programa que permite la transferencia de archivos entre los usuarios de la Red, también tienen características P2P.

Algunos autores como Pancorbo (2009) afirman que el primer programa de intercambio de archivos fue Hotline Connect, un aplicativo desarrollado en el año 1996 por el programador australiano Adam Hinkley especialmente para ordenadores Apple. Según Pancorbo,

Hotline Connect pretendía ser una plataforma de distribución de archivos destinada a empresas y universidades, pero no tardó en servir de intercambio de archivos de casi todo tipo, especialmente de contenido ilegal y muchos de contenido pornográfico. Sin embargo, también se podían compartir archivos de contenido libre de distribución. El sistema Hotline Connect estaba descentralizado, puesto que no utilizaba servidores centrales, sino completamente autónomos: los archivos se almacenaban en los ordenadores de los usuarios que deseaban funcionar como servidores y permitían, restringían o condicionaban la entrada al resto de usuarios, los clientes. En caso de que un servidor se cerrase, no existía ningún otro lugar del cual seguir descargando ese mismo archivo, y no quedaba más remedio que cancelar la descarga y empezar de cero en otro servidor. (p.19)

Sin embargo, los programas de intercambio de archivos solo se popularizaron entre los usuarios de Internet a partir del año 2000, año en que la Red Napster empezó a ganar adeptos por todo el mundo. En este momento miles de usuarios de Internet que estaban acostumbrados a usar la Red solo como clientes tomaron contacto con una nueva forma de utilizarla, el Peer to Peer o P2P. Más que una nueva tecnología, el P2P es para algunos autores como Bauwens (2003):

Una forma específica de dinámica relacional, basada en la paridad de sus participantes, organizada por medio de la libre cooperación de iguales con vistas a realizar una tarea común, por la creación de un bien común. (p.6)

6.4. Conflictos jurídicos

Pese a las presiones de los propietarios y gestores de Derechos de Autor que piden que se "declare inequívocamente el 'P2P' (Peer to Peer) como una actividad ilícita"⁶⁷, todavía no se ha conseguido acabar con las redes de intercambio de archivos. Calvi (2009) afirma que:

Ante el desarrollo de estos primeros sistemas P2P, del número de sus usuarios y de los productos audiovisuales que se distribuían a través de ellos, distintos sectores de las IICC, principalmente las industrias discográfica y cinematográfica, mediante sus respectivas asociaciones, como la Record Industry American Association (RIAA) y la Motion Picture American Association (MPAA), interpusieron varias demandas judiciales contra quienes desarrollaban estos sistemas, contra algunos proveedores de acceso a Internet y contra los propios usuarios, bajo la acusación de "piratería on line"

No obstante, hasta el momento ninguna de estas estrategias tuvo eficacia alguna para mitigar la distribución y reproducción libre de productos audiovisuales en la Red, en parte debido a la aparición de nuevos sistemas P2P que plantean serias dificultades técnicas, políticas y normativas para impedir su desarrollo y proliferación, y en parte debido a la resistencia de los propios usuarios a dejar de utilizarlos. (p.1)

Las dificultades legales a las que se enfrentan los abogados que piden el cierre de dichas redes son básicamente tres. El primer problema es que los archivos que pasan por la red no están físicamente situados en un servidor central, sino dispersos en cada computador que compone la red. Por lo tanto, en teoría, los creadores y administradores de las redes P2P no tienen responsabilidad sobre el uso que se hace del sistema, así como un vendedor de armas no tiene responsabilidad sobre el uso que se pueda hacer de un arma vendida por él.

La segunda dificultad que tienen los abogados es que los servidores donde se encuentran los programas P2P pueden

⁶⁷ <http://www.elmundo.es/navegante/2008/01/19/tecnologia/1200756909.html>

estar localizados en otros países, que muchas veces poseen legislaciones sobre Derecho de Autor distintas de las existentes en el país donde está ocurriendo la demanda legal. Sería necesaria una legislación de Derecho de Autor uniforme a nivel mundial para solucionar este problema.

Por último, hay que tener en cuenta los múltiples usos posibles de una red Peer to Peer. Lessig (2005) describe cuatro posibles modalidades de uso de las redes de intercambio de archivos:

Tipo A - personas que utilizan las redes de intercambio de archivos en sustitución a la compra de contenidos. No es seguro que todas las personas que descargan archivos pagarían por tener el mismo material en formato CDs o DVDs. La mayor parte probablemente no lo haría, pero seguramente una parte si lo haría. La segunda parte es la que forma esta categoría: usuarios que descargan y dejan de comprar.

Tipo B - personas que utilizan las redes de intercambio para conocer nuevos contenidos antes de comprarlos. Por ejemplo, un amigo envía a otro un archivo MP3 de un artista nuevo. La música gusta al amigo, que termina comprando el CD del artista que desconocía. En este tipo de uso, las redes de intercambio de archivos podrían aumentar la cantidad de contenidos vendidos (por la industria).

Tipo C - personas que utilizan las redes de intercambio de archivos para obtener contenido que no está disponible para compra. Técnicamente esto sigue siendo una violación del derecho de autor, pero como el detentor del derecho de autor no está vendiendo su obra, el daño económico es prácticamente nulo.

Tipo D - personas que utilizan las redes *peer to peer* para obtener contenidos que no están protegidos por derecho de autor o contenidos que están siendo regalados por el propietario del copyright. (pp. 68-69)

Estas cuestiones han constituido el impedimento legal que en muchos casos ha evitado el cierre de redes Peer to Peer cuyos usuarios compartían archivos protegidos por Derecho de Autor. Pese a las constantes demandas jurídicas a que están sometidas, las redes continúan existiendo. Como hemos visto en el apartado anterior, la nueva ley que se prepara, el ACTA, que podría permitir el cierre de webs

hospedadas en otros países. De esta manera sería posible cerrar redes P2P ubicadas en el extranjero, repitiendo lo que pasó en su momento con la más famosa red Peer to Peer, Napster.

6.5. Napster

Napster fue el primero de los sistemas de distribución Peer to Peer en volverse popular. La primera versión del programa se estrenó a finales de 1999, por iniciativa del programador Shaw Fanning y algunos amigos y familiares suyos⁶⁸. Se trataba de una red P2P que usaba servidores centrales para mantener una lista de todos los sistemas conectados y los archivos que eran distribuidos, pero los intercambios de archivos sí eran realizados entre los ordenadores de los usuarios. Sobre Napster, Lessig (2004) afirma:

El intercambio entre iguales se hizo famoso con Napster. Pero los inventores de la tecnología de Napster no habían hecho ninguna innovación tecnológica de primera magnitud. Como todos los grandes avances en innovación en Internet (y, muy probablemente, también fuera de Internet), Shawn Fanning y su equipo simplemente habían ensamblado componentes que habían sido desarrollados por separado.

El resultado fue combustión espontánea. Lanzado en julio de 1999, Napster amasó más de diez millones de usuarios en nueve meses. Después de dieciocho meses había cerca de ochenta millones de usuarios registrados en el sistema. (p.84)

Aunque antes de Napster hubo varias redes que también proporcionaban la distribución de archivos a través de Internet, el diferencial del programa era su especialización en el intercambio de música en formato de archivo MP3, además de una interfaz accesible al usuario. El resultado fue un sistema que alcanzó una gran

⁶⁸ Ver - <http://www.businessweek.com/ebiz/0004/em0412.htm>

popularidad, proporcionando así a sus usuarios una enorme diversidad de músicas para descargar.

6.5.1. El cierre de Napster

Como consecuencia de la gran popularidad que Napster obtuvo, en diciembre de 1999 la Recording Industry Association of America (RIAA), entidad que agrupaba a las principales compañías discográficas de Estados Unidos, entabló una demanda⁶⁹ contra Napster en la que solicitaba 100.000 dólares por cada descarga de un tema protegido por Copyright. La asociación acusaba a los administradores del programa de permitir el intercambio de música protegida por derecho de autor sin pagar por ello. Además de la RIAA, diversos artistas famosos, como Metallica, Dr. Dre y Elton John también demandaron a Napster.

Junto a esta denuncia la RIAA presentó un estudio⁷⁰ realizado por SoundScan, una empresa de seguimiento de comercio de discos. Este estudio mostraba que mientras las ventas generales de discos habían crecido un 18% del año 1997 al año 2000, las cifras de ventas de las pequeñas tiendas situadas a una milla de distancia de las universidades, principal punto de conexión a programas P2P en el principio de la década, se habían mantenido estables.

La defensa de Napster no presentó ningún estudio ni contestó los datos presentados por la RIAA. Sus abogados defendían la tesis de que la compañía no cometía delito alguno porque las canciones protegidas por derecho de autor no estaban almacenadas en los servidores de la empresa, sino en los ordenadores de los propios usuarios. Este argumento más tarde sería esgrimido con éxito en otras acciones judiciales contra compañías que mantenían sitios web o herramientas P2P.

⁶⁹ <http://www.guardian.co.uk/theobserver/2000/may/21/features.review27>

⁷⁰ <http://fl1.findlaw.com/news.findlaw.com/hdocs/docs/napster/riaa/fine.pdf>

Pero en el caso Napster este argumento no funcionó. La primera sentencia que la juez encargada del asunto dictó determinaba que la compañía debería cerrar las puertas. La Corte de San Francisco decidió reenviar el asunto a la juez encargada recomendándole que permitiera que Napster siguiera funcionando, siempre y cuando adoptase medidas encaminadas a impedir el acceso a los usuarios que no respetasen los derechos de propiedad intelectual. Como consecuencia de esto, Napster selló un acuerdo⁷¹ con una empresa de tecnología llamada Gracenote, que se comprometió a trabajar en una actualización que instalarían a la red Napster con el objetivo de impedir el intercambio de archivos protegidos por Derecho de Autor.

Napster puso en funcionamiento la actualización en sus servidores para impedir la descarga de las canciones protegidas por derecho de autor, pero pronto los usuarios de la red encontraron maneras de descargar dichas canciones libremente. La compañía admitió que había fallos en la tecnología de su filtro y se comprometió a seguir con sus intentos de mejorarlo.

Pese a las tentativas de Napster de adecuarse a las peticiones de la RIAA y de los jueces estadounidenses, las modificaciones en el sistema acabaron por no surtir el efecto deseado. "Cuando Napster le dijo al tribunal que había desarrollado una tecnología que bloqueaba la transferencia de un 99.4% del material identificado como una violación del copyright, el tribunal dijo que el 99.4% no era bastante. Napster tenía que reducir las violaciones 'a cero'". (Lessig, 2004).

Finalmente en julio de 2001 un juez ordenó el cierre de los servidores de Napster, según él para prevenir más violaciones de derechos de autor. A finales de septiembre del 2001 la red de intercambio de archivos Napster había prácticamente llegado a su fin. La compañía aceptó pagar a

⁷¹ <http://www.guardian.co.uk/media/2001/mar/14/newmedia>

las empresas discográficas 26 millones de dólares por daños y otros 10 millones de dólares por futuras licencias⁷².

6.6. Otros programas de intercambio de archivos

Para los usuarios de Napster y también para muchos expertos en nuevas tecnología, el resultado del juicio fue injusto y además inútil para las pretensiones de la RIAA. Según estos críticos la capacidad de compartir archivos es una característica de la propia Internet y no de Napster, el cual actuaba simplemente como un motor de búsqueda. Ellos argumentaban que el cierre de Napster no significaría el fin del intercambio de música en Internet, y que sus usuarios terminarían por "emigrar" hacia otros sistemas de intercambio de archivos. El tiempo se encargó de demostrar que estos análisis eran correctos, como se puede deducir de los datos presentados por Calvi (2004):

De acuerdo a los datos de la consultora Webnoize y al informe de la revista Wired sobre Sistemas P2P de enero de 2002, en EE.UU., los cinco sistemas P2P alternativos a Napster -Morpheus, Kazaa, Audiogalaxy, Imesh y Limewire- fueron utilizados para distribuir más de 3,05 billones de archivos durante octubre de 2001. Morpheus y Kazaa presentaban en ese momento un crecimiento mensual del 60% con más de 970 millones de archivos distribuidos en el mismo mes, mientras que los otros tres sistemas distribuyeron 2,08 billones de archivos en conjunto. Teniendo en cuenta que el total de los archivos distribuidos en los sistemas alternativos ya sobrepasaban el pico alcanzado por Napster en febrero de 2001, estos datos indicaban claramente la transición hacia un segundo período de desarrollo de los Sistemas de Intercambio P2P. (p.183)

Tras la caída de Napster otras diversas herramientas P2P semejantes aparecieron en Internet. La primera en popularizarse fue Audiogalaxy. Funcionando de forma idéntica a Napster (Audiogalaxy, así como Napster, era un programa P2P centralizado, y como aquel mantenía una lista de los archivos que sus usuarios poseían), introducía

⁷² <http://news.cnet.com/2100-1023-273394.html>

algunas modificaciones en su interfaz, además de nuevas funciones como la posibilidad de reanudar las descargas que hubiesen sido interrumpidas a la mitad. Audiogalaxy también se enfrentó a demandas de la RIAA y al final también fue cerrado, dando paso a una nueva oleada de programas P2P, como Kazaa y Winmx.

Acosados por las demandas judiciales, los programas P2P tuvieron que evolucionar, dejando de centralizar la información sobre los archivos de sus usuarios. Redes como Grokster y Morpheus trabajaban de forma descentralizada, hecho que anulaba uno de los principales argumentos utilizados por los demandantes en el juicio contra Napster.

6.7. Estadísticas de uso de las redes de intercambio de archivos

Aunque en los últimos años hayan sido superadas en popularidad por otros métodos de descarga de archivo, como el *streaming* y las descargas directas desde sitios de almacenamiento de archivos como Easyshare, Rapidshare o Megaupload, todavía existen redes P2P activas y con un número considerable de usuarios, como por ejemplo las redes Pando, eDonkey y, principalmente, BitTorrent.

Un estudio promovido por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)⁷³ en el año 2011 con aproximadamente 30.000 usuarios de Internet en España confirma la tendencia decreciente en el uso de las redes P2P. Los números para los años de 2006 (45,8%), 2007 (41,3%), 2008 (36,2%), 2009 (26,6%), 2010 (21,4%) y finalmente 2011 (19,5 %) confirman esta tendencia, iniciada en el año 2007. En contrapartida, un 48,3% de los encuestados asegura haber escuchado música por *streaming* en el último mes, mientras que un 34,5% afirman haber hecho lo mismo con películas.

⁷³ <http://download.aimc.es/aimc/f5g9/macro2011.pdf>

Esta tendencia también puede ser confirmada a nivel global, por medio del análisis de los números de encuestas similares realizadas por otros institutos. Un estudio promovido por Ipoque⁷⁴ con más de 1 millón de usuarios entre los años 2008 y 2009, con el objetivo de medir el tráfico en Internet en ocho diferentes regiones del mundo, ya mostraba una tendencia de caída en el uso de las redes P2P.

Aunque también se debe destacar que el uso de estas redes en el año 2009 aun era responsable de la mayor parte del trafico global de datos, la tendencia de caída del uso de las redes P2P a partir del año 2007 y de subida del uso del *streaming* y de las descargas directas se confirma en esta encuesta en las ocho regiones medidas por la investigación (Sur de África, Sudamérica, Europa del este, Norte de África, Alemania, Sur de Europa, Medio Oriente y Europa occidental).

Sin embargo, con el cierre de la web de descargas directas Megaupload en enero de 2012, las redes P2P han experimentado una nueva ola de crecimiento. Según la web de estadísticas Internet Observatory, que analiza el tráfico de datos por la Red, el uso de las redes P2P en Europa ha crecido de forma significativa en los días posteriores al cierre de la popular web de almacenamiento de archivos.

Los números de Internet Observatory enseñan como el tráfico de datos en las redes P2P sube en relación al porcentaje total de uso de la capacidad de transmisión de Internet a partir del día 20 de enero de 2012. Durante tres días el tráfico en estas redes se acerca al 15% del porcentaje total de tráfico. Por otro lado el empleo del *streaming*, que superaba el 60 % un día antes del cierre de Megaupload, presenta una caída en los días que siguen al cierre de aquella web⁷⁵. De entre las redes P2P, la que

⁷⁴ <http://www.ipoque.com/sites/default/files/mediafiles/documents/internet-study-2008-2009.pdf>

⁷⁵ <http://www.numerama.com/magazine/21393-le-p2p-explose-apres-la-fermeture-de-megaupload.html>

presentó el mayor porcentaje de crecimiento tras el cierre de Megaupload fue BitTorrent, la red de intercambio de archivos más popular actualmente.

6.8. BitTorrent

BitTorrent es un protocolo diseñado para el intercambio de archivos P2P en Internet. En los últimos años ha sido una de las formas más utilizadas para intercambiar archivos en la Red (Vidal, 2008).

La ventaja del protocolo BitTorrent sobre otros modelos de distribución de archivos P2P es que los torrent pueden ser usados para reducir el impacto que tiene la distribución de archivos grandes en los servidores. En lugar de descargar el archivo desde un único servidor, el protocolo BitTorrent permite a los usuarios unirse entre ellos en un "enjambre" para descargar y subir el archivo de forma simultánea.

El protocolo es una alternativa al sistema basado en servidores, que consiste en disponer de varios servidores espejo (*mirrors*) desde donde el usuario descarga el archivo completo, y puede funcionar en redes con poco ancho de banda.

Pancorbo (2009) explica mejor las ventajas de BitTorrent en relación a otros sistemas P2P:

A diferencia de los sistemas de intercambio de archivos tradicionales, su principal objetivo es el de proporcionar una forma eficiente de distribuir un mismo archivo a un gran grupo de clientes, forzando a todos los que descargan un archivo a compartirlo también con otros. Primero se distribuye por medios convencionales un pequeño archivo con extensión ".torrent", el cual contiene la dirección de un "servidor de búsqueda", que se encarga de localizar posibles fuentes con el archivo o parte de él. Este servidor realmente se encuentra centralizado y provee estadísticas acerca del número de transferencias, el número de nodos con una copia completa del archivo y el número de nodos que poseen sólo una porción del mismo. El sistema se encarga de premiar a quienes

compartan más, a mayor ancho de banda mayor el número de conexiones a nodos de descarga que se establecerán. Este método produce importantes mejoras en la velocidad de transferencia cuando muchos usuarios se conectan para bajar un mismo archivo. (p. 25)

6.8.1. Estructura de una red BitTorrent

Una red Bittorrent está formada por:

- a) *Peers*: se denomina así a todos los usuarios que están en la red.
- b) *Leechers*: son los usuarios que están en la red descargando el archivo, pero que todavía no tienen el archivo completo.
- c) *Seeds*: son los usuarios de la red que poseen el archivo completo. Solo suben partes a los demás *peers*, pero no bajan nada.
- d) *Tracker*: un *tracker* de BitTorrent es un servidor especial que contiene la información necesaria para que los *peers* se conecten unos con otros.

6.8.2. Descargas de archivos BitTorrent

Al contrario de otros programas de intercambio de archivos, la mayoría de los programas para descargar BitTorrent no posee ningún mecanismo de búsqueda de archivos. Para descargarse un archivo torrent, el usuario debe buscarlo directamente en webs como Google y Yahoo o desde índices web de búsqueda (como The Pirate Bay, Ktorrents o Bitgle).

Los archivos torrent suelen tener un tamaño reducido, puesto que en realidad están constituidos solamente de información acerca de un archivo de destino. A partir del archivo torrent almacenado en su ordenador el usuario podrá descargar el archivo destino completo, ya sea este un Mp3, un Divx o cualquier otro formato de archivo. Para realizar

esta descarga, el usuario debe poseer un programa cliente instalado en su ordenador.

6.8.3. Clientes BitTorrent

Existe una gran variedad de clientes BitTorrent disponibles para descargar en Internet. Una búsqueda en la web Softonic⁷⁶, una de las más utilizadas en España para descargas de programas gratuitos y juegos, nos trae como resultado una cantidad total de 63 programas clientes BitTorrent.

De manera general, los clientes BitTorrent pueden ser clasificados en dos grupos distintos:

- a) De múltiples descargas simultáneas, como Vuze, BitComet, KTorrent, µTorrent o Transmission.
- b) De descarga única (solo descarga un archivo torrent, pero se pueden tener varios abiertos simultáneamente), como BitTornado o el navegador Opera.

Según Vidal (2009), los clientes Bittorrent más populares son µTorrent, Bitcomet y Vuze, además del propio BitTorrent.

- BitTorrent: Fue el primer programa escrito para el protocolo BitTorrent, desarrollado por el creador del protocolo, Bram Cohen. Para distinguirlo de otros clientes y evitar confusiones con el nombre del protocolo se denomina BitTorrent Oficial o BitTorrent Mainline. Es muy similar al µTorrent ya que este cliente fue adquirido por BitTorrent. La versión 6.0 del software es de código cerrado y sólo funciona con Windows. Permite buscar y descargar archivos torrent usando una caja de búsqueda incluida en la ventana principal.

⁷⁶ <http://www.softonic.com/windows/bittorrent>

- Vuze: es el cliente BitTorrent conocido anteriormente como Azureus. Este programa fue creado en el año 2007 y publicado bajo licencia GNU GPL. Está desarrollado en lenguaje Java de código abierto, lo que permite que se le añadan nuevas aplicaciones con mayor facilidad.
- µTorrent: es el cliente torrent más popular, debido a la velocidad que puede alcanzar en las descargas y a los pocos recursos que consume. Funciona tanto en Windows como en Mac OS y, a diferencia de Vuze, no es una aplicación de código abierto.
- Bitcomet: El cliente BitComet es un programa de código cerrado diseñado para Windows. BitComet puede descargar ficheros desde páginas web o servidores FTP por lo que se le considera un programa de descarga versátil. Entre sus características están la posibilidad de hacer descargas simultáneas, la opción de elegir prioridades en las descargas y la posibilidad de ajustar límites de velocidad y ancho de banda.

PARTE II – INVESTIGACIÓN EMPIRICA

CAPITULO VII - RESULTADOS DE LA ENCUESTA

7. Perfil de los participantes de la encuesta

Podemos decir que los participantes de esta encuesta son en su mayoría ciudadanos españoles (72%) de entre 20 y 40 años (77,3%), que han estado cursando alguna carrera o postgrado (85,6%) y que se encuentran actualmente trabajando o estudiando (92,5%). Hay también un predominio claro de mujeres (59,6%) en relación a los hombres (40,4%). Este perfil de los encuestados es compatible con un alto nivel económico y cultural, superior al de la media de la población española y de la población brasileña tanto en educación como en tasa de ocupación, y probablemente también en ingresos.

En las siguientes páginas analizaremos los datos obtenidos por medio de la encuesta y que nos posibilitaran construir este perfil general de los encuestados. Primero considerando los resultados obtenidos con el conjunto de todos los participantes y, en un segundo momento, considerando también algunas variables importantes, como sexo, edad, escolaridad, actividad y uso de redes P2P.

7.1. Resultados generales

Local de conexión a Internet

En esta pregunta que admitían múltiples posibilidades de respuesta, 389 personas declararon conectarse a Internet desde su residencia, un 93,5% del total de participantes de la encuesta. 195 personas (aproximadamente el 47%) dijeron conectarse desde el trabajo, mientras que 37 (8,8%) dijeron hacerlo desde otro lugar no especificado. Solamente 2 encuestados declararon utilizar locutorios para acceder a la Red, menos de 1% del total.

Este dato *deja entrever* que, dentro del universo de esta investigación, el acceso a Internet desde el domicilio es mayor que el que se observó en el año 2011 para el total de la población española⁷⁷ y bastante superior a los números de acceso desde el domicilio para el conjunto de la población de Brasil en el mismo año.

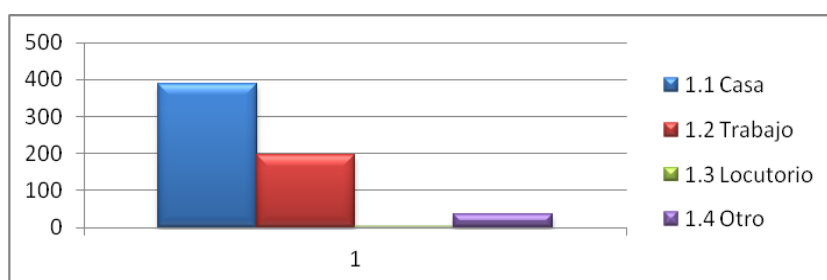


Gráfico 1 – Local de conexión a Internet.

Descarga de archivos

En cuanto al número de personas que declararon descargar archivos, 344 personas (82,6%) del total de encuestados dijeron que habían descargado alguna vez archivos como películas o música desde Internet.

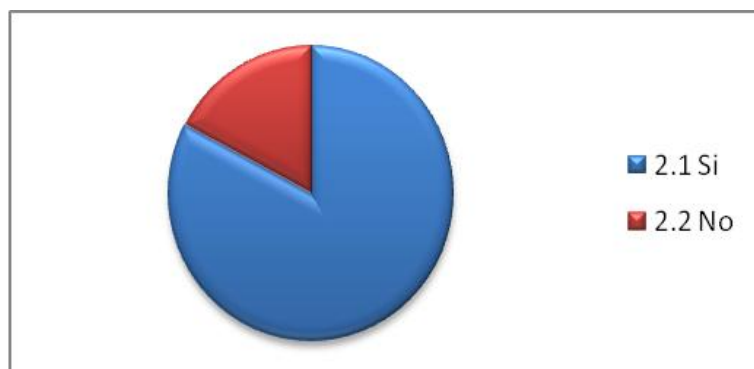


Gráfico 2 – Personas que declararon descargar archivos desde Internet.

⁷⁷ <http://www.ine.es/prensa/np678.pdf> y http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=cald&docid=EA0526673CE1740D832578570054B23B

Frecuencia de descarga

La mayor parte de los encuestados que contestaron a la pregunta sobre la frecuencia con que descargaban los archivos dijeron que solían hacerlo semanalmente (133 personas o 36% del total de respuestas). 98 personas (26,5%) declararon hacer al menos una descarga por mes, mientras que 77 encuestados dijeron descargar contenidos a diario (20,8% del total). La opción poco frecuente fue elegida por 61 personas o 16,5% de las respuestas a esta pregunta.

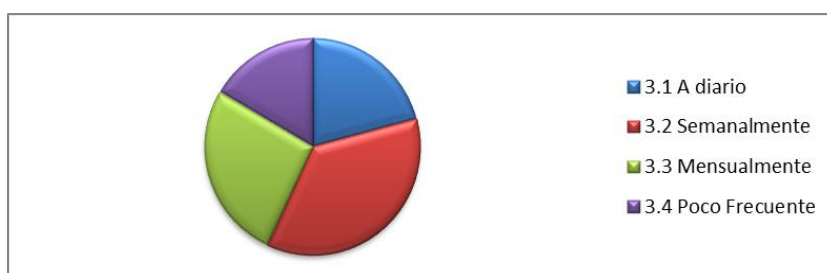


Gráfico 3 - Frecuencia con que los encuestados descargan archivos.

Como se puede percibir, el número total de personas que dijo que descarga archivos por Internet (344) es un poco inferior al número de personas que contestó a la pregunta sobre la frecuencia con que descarga los archivos (369 respuestas). Esta distorsión puede deberse al entendimiento incorrecto del enunciado de la pregunta número 3 (*¿si sí, con qué frecuencia?*) por parte de los encuestados. Otra hipótesis es que algunas de las personas que contestaron *no* a la pregunta número 2 en realidad descargan archivos con una frecuencia tan baja que no consideraran que podrían contestar *sí* a esta misma pregunta.

Utilización de redes P2P

Según los resultados de la encuesta, 229 personas declararon utilizar algún tipo de programa P2P para descargar archivos desde Internet. Este número corresponde aproximadamente al 66% del total de encuestados que dijeron haber descargado algún archivo de Internet (344) y a

aproximadamente el 55% de todos los que participaron en la encuesta.

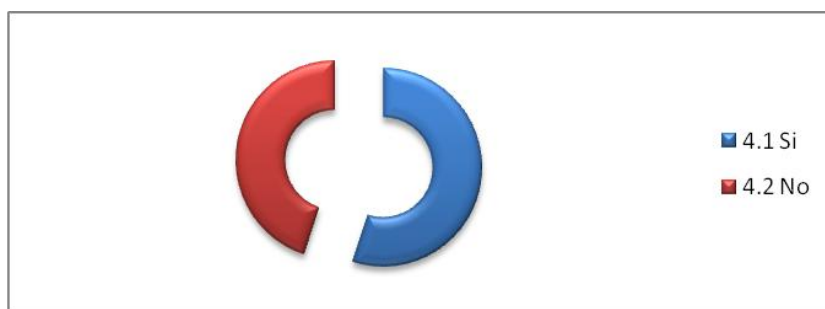


Gráfico 4 – Personas que utilizan programas o redes P2P.

Redes P2P más utilizadas

El programa P2P más utilizado por los encuestados es Emule. 110 personas (casi el 31,9%) del total de personas que declararon descargar contenidos señaló este programa, entre otras opciones posibles (la pregunta admitía respuestas múltiples). La segunda opción más señalada fue otro (90 personas o el 26,1% del total), lo que parece confirmar la gran variedad de redes de intercambio de archivos disponibles hoy y en consecuencia la dispersión de los usuarios entre estas redes.

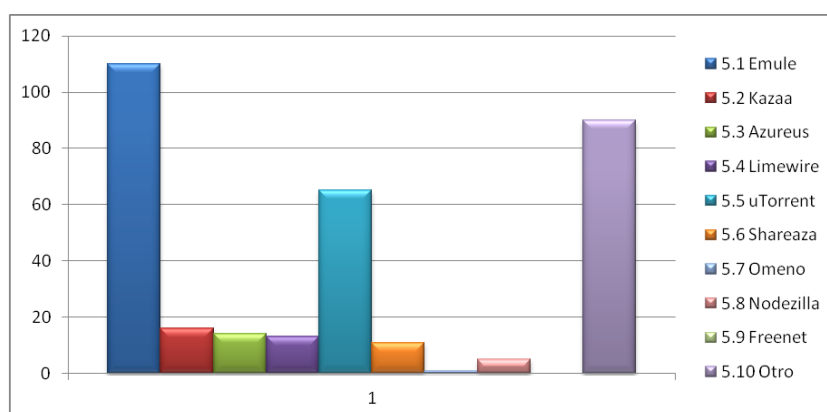


Gráfico 5 – Programas y redes P2P más utilizados.

uTorrent fue el segundo programa más recordado, con 65 menciones, 18,9% del total. Kazaa, Azureus, Limewire y Shareaza fueron mencionados por algunos encuestados, pero no obtuvieron individualmente más del 5% del total de las respuestas. Otros programas que obtuvieron por lo menos una mención fueron Omeno, Nodezilla y Soulseek. Los demás

programas o redes que aparecían como opción de respuesta no han sido mencionados ninguna vez.

Tipos de archivos descargados

La pregunta sobre los tipos de archivos que los usuarios suelen descargar también admitía múltiples respuestas, a ejemplo de la cuestión anterior. Los archivos de música fueron mencionados 294 veces, un número bastante cercano a los 254 que declararon descargarse archivos de películas. 133 personas declararon descargar documentos, sin especificar exactamente qué tipo. 128 personas dijeron descargarse software, 99 mencionaran los libros, 70 los juegos y 23 otros tipos de archivos.

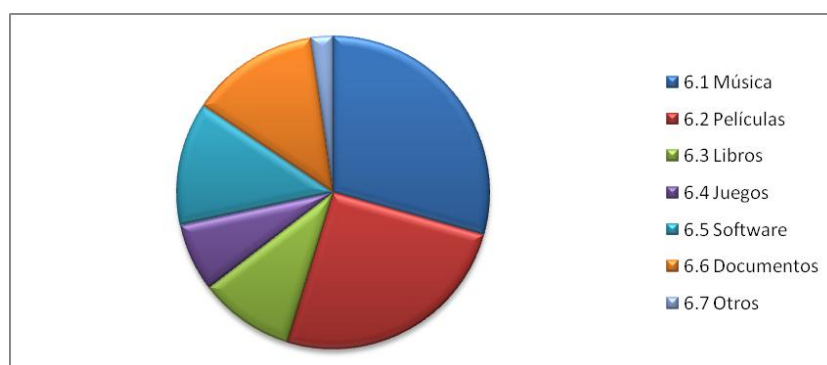


Gráfico 6 – Tipos de archivos más descargados.

Estos números parecen corroborar que los archivos audiovisuales siguen siendo los más descargados en la Red. Pese a la creciente popularidad de los ebooks y tablets, la descarga de libros o archivos PDF para lectura no puede equipararse a las descargas de música y películas, aunque supongamos que todas las menciones a “documentos” y “otros tipos de archivos” sean en realidad descargas de archivos para lectura, como PDFs o DOCs. Las descargas de juegos tampoco alcanzan popularidad similar a la de los archivos de películas y música, quizá por la dificultad de encontrar archivos de este tipo disponibles para descarga, o tal vez por la naturaleza cerrada de los sistemas de las consolas, que dificulta la utilización de juegos “piratas”.

Personas que mantienen blogs o páginas web

155 personas (37,2%) del total de encuestados declaró mantener un blog o algún tipo de página personal. Dentro del universo general de usuarios de Internet en España o Brasil, es probable que el número de personas que mantienen webs personales o blogs sea más pequeño que entre el público de esta encuesta, como podemos averiguar en el informe Navegantes en la Red 2012. Según los datos de este estudio⁷⁸ promovido por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), solo un 25% de los usuarios de Internet en España disponen de un blog.

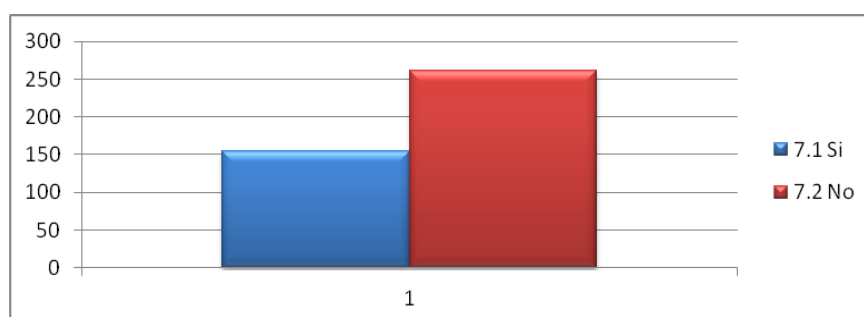


Gráfico 7 – Número de encuestados que mantiene un blog o pagina web.

Personas que trabajan o ejercen actividades vinculadas a Internet

Un total de 200 personas, lo que supone el 48% de los entrevistados, contestaron de forma afirmativa cuando fueron preguntados sobre si trabajaban o ejercían alguna actividad vinculada a Internet. Una proporción que probablemente es superior a la media encontrada entre la población general, aunque no ha sido posible encontrar números que sostengan esta afirmación.

⁷⁸ <http://download.aimc.es/aimc/f5g9/macro2011.pdf>

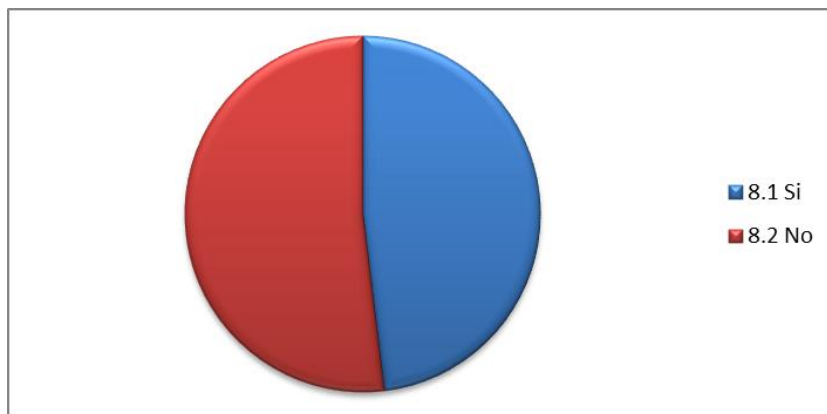


Gráfico 8 – Personas que trabajan o ejercen actividad vinculada a Internet.

Uso de redes sociales

El uso de las redes sociales es bastante alto entre los participantes de la encuesta. Solamente un 13,4% de las personas que participaron dijeron no tener una cuenta en Facebook o en otra red social similar. Según datos de la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2011⁷⁹, promovida por el INE, en España el número de usuarios de redes sociales en aquel año alcanzaba el 52,3% del total de usuarios de Internet. En Brasil, datos del IBOPE para el año 2010 señalaban que un 67% de los usuarios de Internet tenían una cuenta en alguna red social.

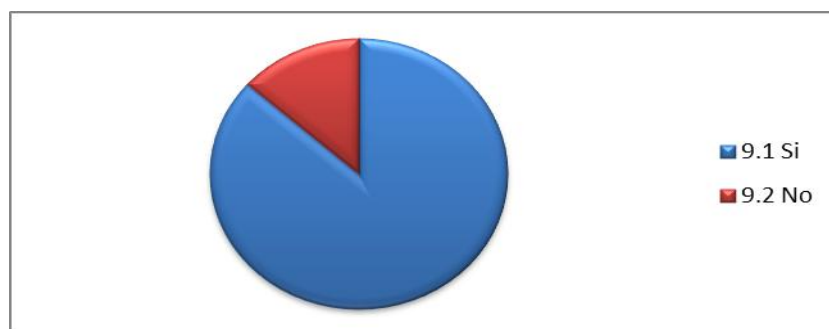


Gráfico 9 – Uso de las redes sociales entre los encuestados.

Subida de contenidos

El número de personas que declararon haber subido algún tipo de contenido (foto, video o texto) es casi idéntico al número de personas que dijo tener una cuenta en alguna red social (358 y 360, respectivamente). Este número es incluso superior al número de personas que dijo haber

⁷⁹ <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t25/p450&file=inebase>

descargado contenidos de Internet en algún momento (344 personas).

Según datos del informe Navegantes en la Red 2012, el 58% de las personas entrevistadas en aquella encuesta habían subido algún tipo de contenido en los últimos 30 días, número inferior al 86% que dijeron haber subido contenidos en esta encuesta.

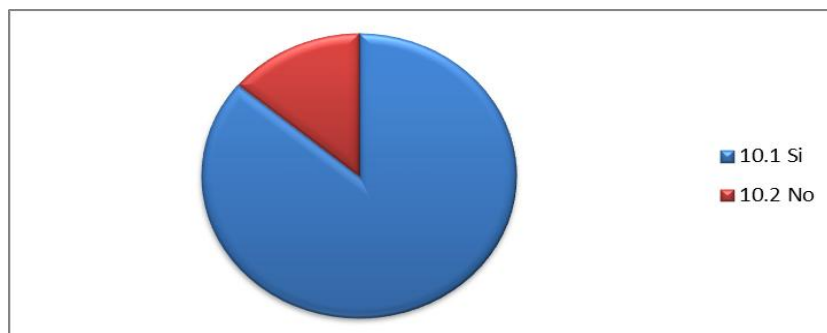


Gráfico 10 – Personas que declararon haber subido archivos a Internet.

Tipos de archivos subidos

Preguntados sobre el tipo de contenido que habían subido, la mayor parte de los encuestados declaró haber subido fotos (342 personas o 95,5% de los usuarios que dijeron subir contenidos). El segundo tipo de archivo más mencionado fueron los de texto, con 243 menciones o 67,8% del total. 176 usuarios (49,1%) dijeron haber subido archivos de video, mientras que solamente 10 encuestados, 2,8% del total, declararon haber subido otros tipos de archivo.

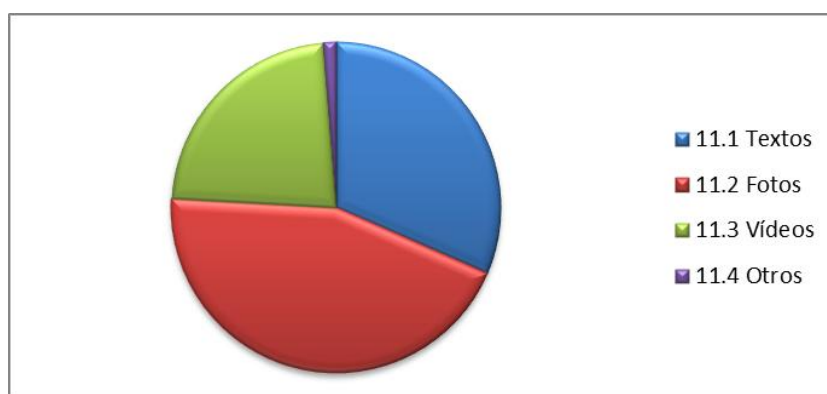


Gráfico 11 – Tipos de archivos subidos a Internet.

Frecuencia de subida de archivos

Las respuestas sobre la frecuencia con que los usuarios suelen subir o publicar contenidos en la red están distribuidas de manera relativamente equitativa entre las 4 opciones posibles. La alternativa "poco frecuente" fue elegida por 132 encuestados, un 34,9% del total de las respuestas a esta pregunta. Otras 105 personas (27,7%) dijeron subir archivos por lo menos una vez por semana. Aquellos que declararon hacer por lo menos una subida (upload) de archivos por día sumaron 79 personas o un 20,8% del total. Finalmente, el 16,5% de las personas que contestaron a esta pregunta dijeron subir archivos a Internet por lo menos una vez al mes.

En total 378 personas contestaron a esta pregunta, 20 personas más de las que declararon haber subido alguna vez archivos a Internet. Esa diferencia es bastante parecida a la diferencia entre el número de personas que declaró descargar archivos desde Internet (344) y el número de respuestas que obtuvo la pregunta sobre la frecuencia con que los encuestados descargaban archivos (369 respuestas).

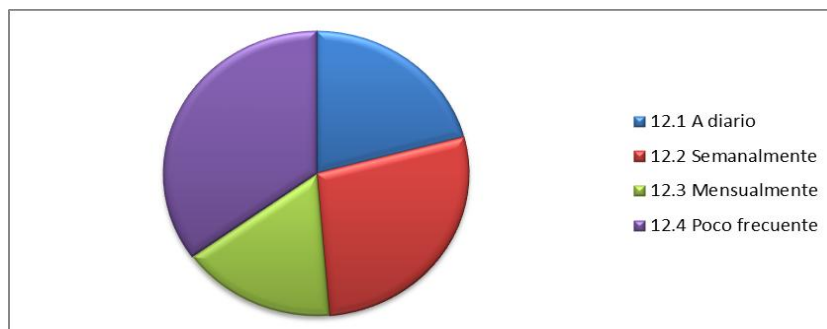


Gráfico 12 – Frecuencia de subida de archivos a Internet.

Destino de los archivos subidos

El destino principal de los archivos subidos o publicados por los encuestados son las redes sociales. 309 personas (86,3%) del total de los que dijeron subir archivos a Internet utilizaron alguna red social como plataforma de publicación o almacenamiento de archivos.

Esta predominancia de las redes sociales puede ser explicada con base en los números de acceso a estas webs. Según los datos proporcionados por Alexa.com⁸⁰ las redes sociales son en la actualidad las webs que registran la segunda mayor cantidad de tráfico en Internet tanto en Brasil como en España, quedando por detrás solamente del buscador Google. Además, las redes sociales son plataformas que aceptan prácticamente todos los tipos principales de archivos, como vídeos, fotos y textos.

El segundo destino más utilizado para la subida de archivos según las respuestas que obtuvimos son las webs de publicación de vídeos como Vimeo o Youtube. 129 personas o el 36% de los que suben archivos han publicado algún video en estas webs. Se trata de un número significativo, especialmente si consideramos que estas webs solo aceptan un tipo específico de archivo.

Wikipedia, la enciclopedia *online* escrita y editada de manera colaborativa por sus propios usuarios, es mencionada por 80 personas (22,3%) del total como destino de subida de archivos. Las webs de almacenamiento de fotos como Flickr fueron utilizadas por 56 encuestados (15,6%), número parecido al de personas que declaró subir archivos a algún foro de Internet (59 personas o 16,4%).

Las webs de enlace y almacenamiento de archivos como Rapidshare o Megaupload tuvieron pocas menciones en esta encuesta. Solo 36 personas declararon utilizar estas webs, número que corresponde a aproximadamente un 10% del total de las personas que dijeron que suben archivos. Esta alternativa fue la segunda menos mencionada, quedando por delante solamente de la opción otro, que obtuvo 10 menciones o cerca del 2,8% de las respuestas.

⁸⁰ <http://www.alexa.com/topsites/countries/ES>

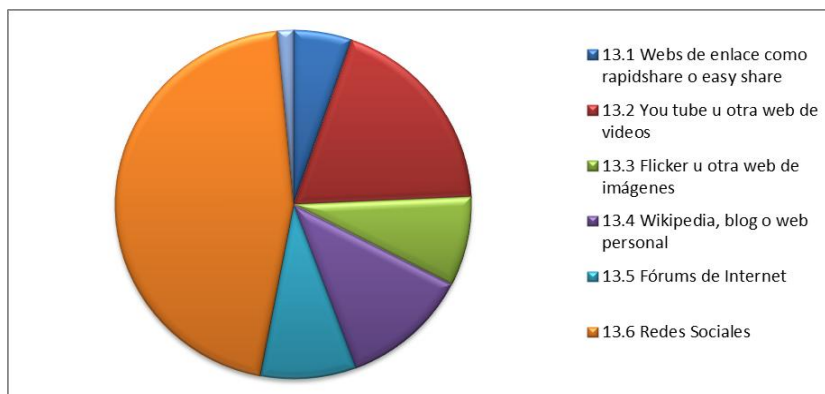


Gráfico 13 – Principales destinos de los archivos subidos a Internet.

Autoría de los archivos subidos

Cuando fueron preguntados sobre la autoría de los archivos subidos, 201 encuestados (el 54% del total de personas que respondieran a esta pregunta) contestaron que los archivos que publicaron habían sido creados por ellos mismos, mientras que solo 35 personas dijeron que los archivos subidos no eran de su autoría. Otras 136 personas dijeron que una parte de los archivos subidos había sido creada por ellas.

Si se considera que buena parte de los archivos subidos tuvo como destino las redes sociales (gráfico 13) y que una parte considerable de estos archivos eran fotos (gráfico 11), las respuestas sobre la autoría de los contenidos subidos parecen ser coherentes, ya que de una manera general la mayor parte de las fotos que encontramos en las redes sociales son de autoría de los propios usuarios.

Sin embargo, la cantidad de archivos subidos que según los encuestados son de autoría de terceros parece ser bastante reducida e incompatible con la cantidad de archivos subidos a webs como Youtube y Rapidshare, sitios en los cuales se encuentra una gran cantidad de contenidos cuya autoría no es de propiedad de las personas que los han subido. La gran cantidad de respuestas que se concentraron en la alternativa “una parte” puede explicar parcialmente este desequilibrio.

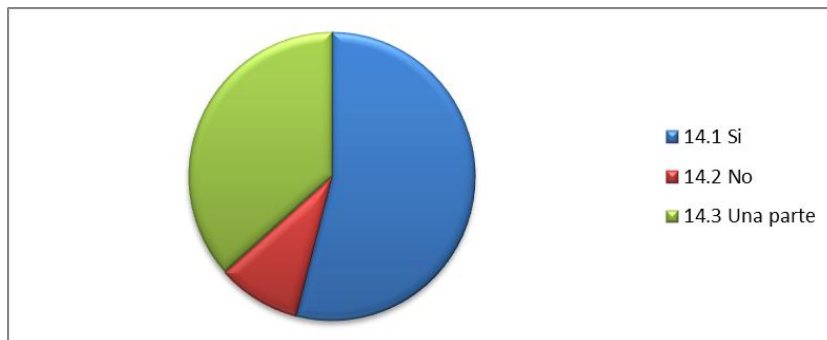


Gráfico 14 – Autoría de los archivos subidos a Internet.

Sexo

La mayor parte de los encuestados (248 o 59,6% del total) es del sexo femenino, una proporción distinta de la que podemos encontrar en otras investigaciones sobre usuarios de Internet, como por ejemplo en la *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2011* que presenta una mayoría de usuarios del sexo masculino⁸¹. Sin embargo la mayor presencia de mujeres puede ser un reflejo del alto grado de participación en la encuesta de personas con un nivel de escolaridad elevado, segmento poblacional en el cual predominan las mujeres en España.

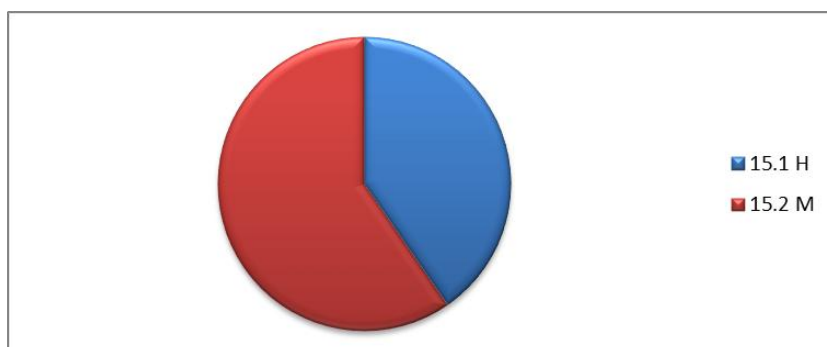


Gráfico 15 – Distribución de los encuestados según sexo.

Edad

En cuanto a la edad existe una clara predominancia entre los encuestados del grupo situado entre los 20 y los 30 años, con 227 personas o 54,5% del total. El segundo

⁸¹ <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2011/l0/&file=01003.px&type=pcaxis&L=0>

grupo más numeroso es el de las personas entre 31 y 40, con 95 miembros o 22,8% de los participantes en la encuesta. Las personas entre 41 y 60 son 56 (13,5%) mientras que los mayores de 61 son solamente 10 personas o el 2,4% del total. Los adolescentes (entre 13 y 19 años) suman un 6,8% del total de los encuestados. Esta distribución de los encuestados corresponde en líneas generales con la que podemos encontrar en la investigación mencionada anteriormente sobre usuarios de Internet promovida por el INE, aunque aquella presenta una clasificación por bandas de edad distinta de la que fue adoptada en esta investigación.

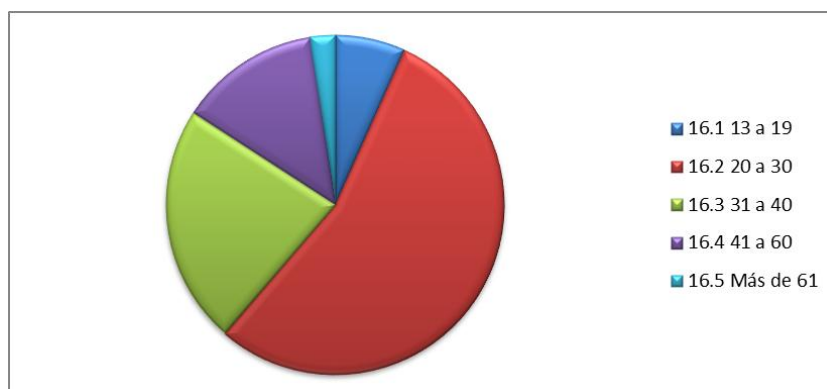


Gráfico 16 – Distribución de los encuestados por banda etaria.

Nacionalidad

La mayoría de los encuestados son de nacionalidad española (299 personas, aproximadamente el 72% del total). Los brasileños que cumplimentaron el cuestionario fueron 68, el 16,3% de los encuestados. Las dos nacionalidades juntas suman más del 88% de los participantes de la investigación como se podría esperar por los métodos adoptados para divulgar la encuesta.

Las otras opciones de respuestas no contemplaban una nacionalidad específica, sino la región de la cual procedían los encuestados. Las personas de países latinoamericanos aparte de Brasil marcaron esta opción 35 veces, 8,4% del total de respuestas. Los europeos no españoles fueron 8, un poco menos de 2% de los participantes, mientras que solo 4 personas de países de

América del norte rellenaron el cuestionario, menos del 1% del total. Ninguna persona marcó la casilla Asiático o la casilla Africano, y la opción *otro*, que permitía al encuestado decir por escrito cual era su nacionalidad, fue elegida por 2 encuestados, que se definieron a sí mismos como mexicanos.



Gráfico 17 – Local de procedencia de los encuestados.

Escolaridad

El nivel de escolaridad de los encuestados es bastante elevado. 270 personas dijeron haber estado en la universidad, un 64,9% del total de los participantes en la encuesta. Si sumamos a estos aquellos que declararon tener un nivel de escolaridad de postgrado (86 personas o 20,7%), tenemos más del 85% de los encuestados con algún tipo de formación universitaria. Este porcentaje es bastante superior al que encontramos por ejemplo en la anteriormente mencionada *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares*⁸² y posiblemente superior al nivel de escolaridad medio de la población usuaria o no de Internet, tanto en Brasil como en España.

Solamente 3 personas dijeron haber cursado la educación primaria, menos del 1% del total por lo tanto. 10 personas (2,4%) han estudiado hasta el nivel de secundaria, mientras que 20 encuestados han llegado al bachillerato (4,8%). Finalmente 27 personas declararon haber estudiado algún curso de formación profesional, un 6,4% del total. La

⁸² <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t25/p450/a2011/l0/&file=01003.px&type=pcaxis&L=0>

clasificación de los niveles de enseñanza utilizada en esta encuesta corresponde al sistema educativo español. En consecuencia podría haber tenido lugar alguna distorsión cuando los encuestados de otras nacionalidades respondieron a esta pregunta, en especial con relación a los niveles anteriores a la enseñanza universitaria.

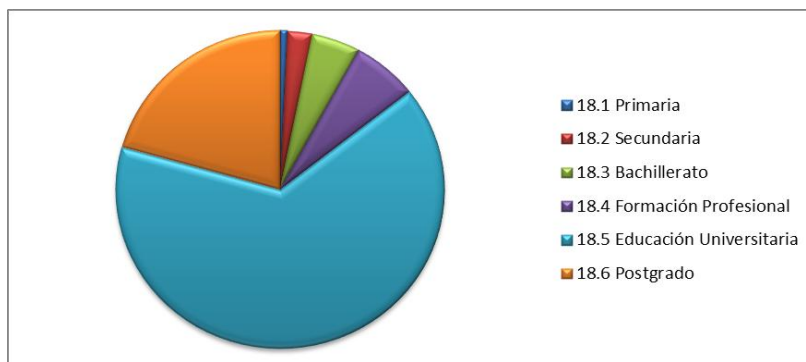


Gráfico 18 – Nivel educacional de los participantes de la encuesta.

Actividad

En cuanto a la situación laboral, la gran mayoría de las personas dijo estar trabajando (237 respuestas o 55,8% de las 425 respuestas a esta pregunta, que admitía que el encuestado pudiera elegir una o más opciones). 156 personas dijeron estar estudiando (36.7% del total) y solo 21 (aproximadamente el 5%) declararon estar sin empleo, un numero bastante inferior a los 24,4% de la tasa de paro verificada en España en el primer trimestre de 2012. El restante de respuestas posibles (ama/o de casa, jubilado o becario) sumaron 11 menciones, lo que equivale a poco más de un 2,5% del total de respuestas a esta pregunta.

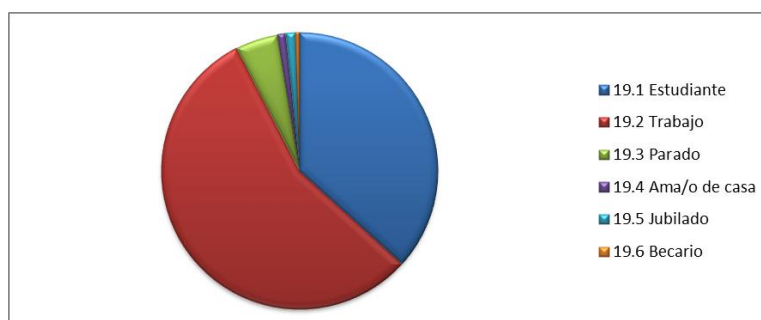


Gráfico 19 – Actividades ejercidas por los encuestados.

7.2. Resultados de la encuesta según las variables principales

7.2.1. Resultados por sexo

Descarga de archivos

Entre los encuestados del sexo masculino, aproximadamente el 88% descargan archivos de Internet. Esta proporción es un poco menor cuando observamos los datos relativos al sexo femenino: 79% de las mujeres que participaron de la encuesta dijeron descargar archivos.

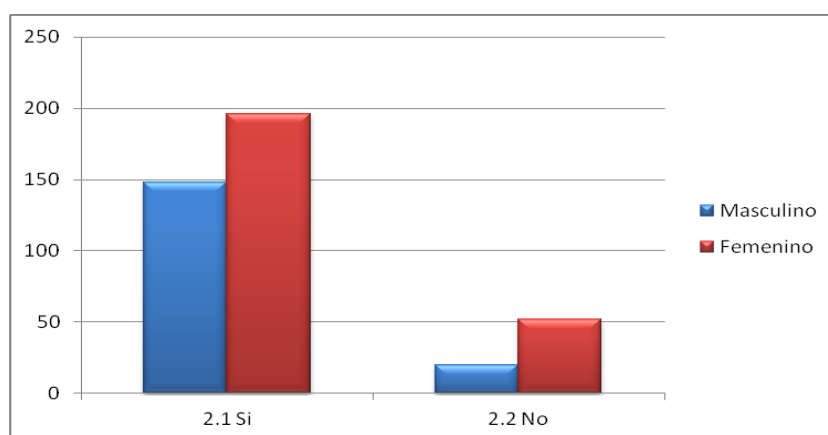


Gráfico 20 – Personas que declararon descargar archivos desde Internet (por sexo).

Frecuencia de descargas

En referencia a la frecuencia con que descargan los archivos, se observa una mayor proporción de descargas diarias entre los hombres (24,5%) que entre las mujeres (18,1%). Si sumamos el número de hombres que dijeron descargar archivos a diario o semanalmente, podemos decir que hay un 62,2% del total de encuestados del sexo masculino que hacen descargas con una frecuencia relativamente alta. Aplicando el mismo criterio a las mujeres tenemos otra vez una proporción inferior de descargas frecuentes (52,8%) en relación a los hombres. Sin embargo los números de ambos sexos nos permiten afirmar que tanto los hombres como las mujeres que descargan archivos lo hacen con frecuencia.

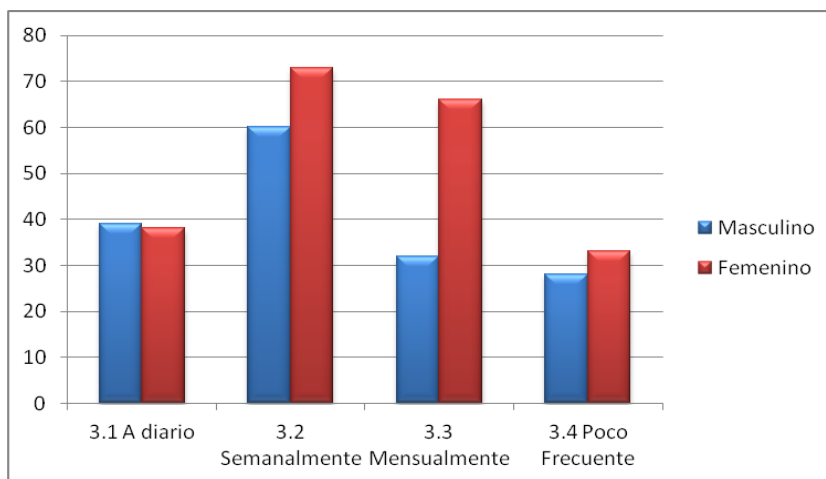


Gráfico 21 – Frecuencia de descarga de archivos desde Internet (por sexo).

Uso de redes P2P

Los programas o redes P2P son proporcionalmente más utilizados por las mujeres (56% de ellas utilizan alguna herramienta P2P) que por los hombres (53,6% son adeptos del P2P) entre los participantes de la encuesta.

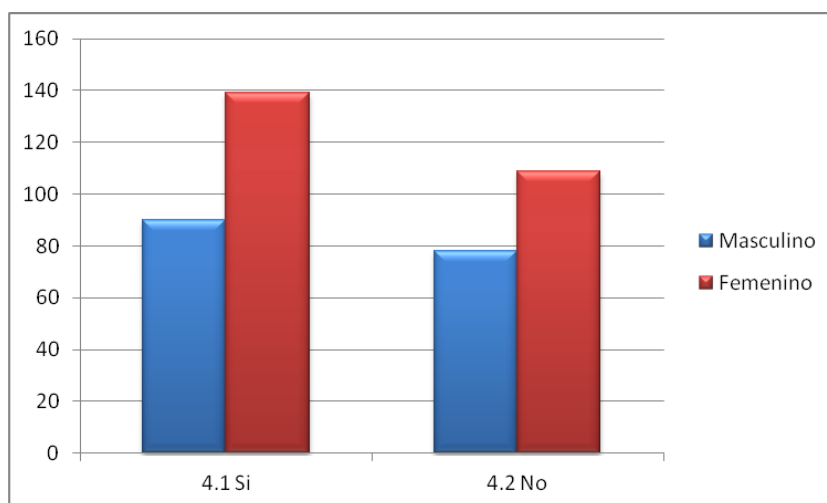


Gráfico 22 – Uso de redes o programas P2P (por sexo).

Redes P2P más utilizadas

Tanto entre los hombres como entre las mujeres el programa o red más utilizado es Emule (42 hombres y 68 mujeres declararon utilizar Emule).

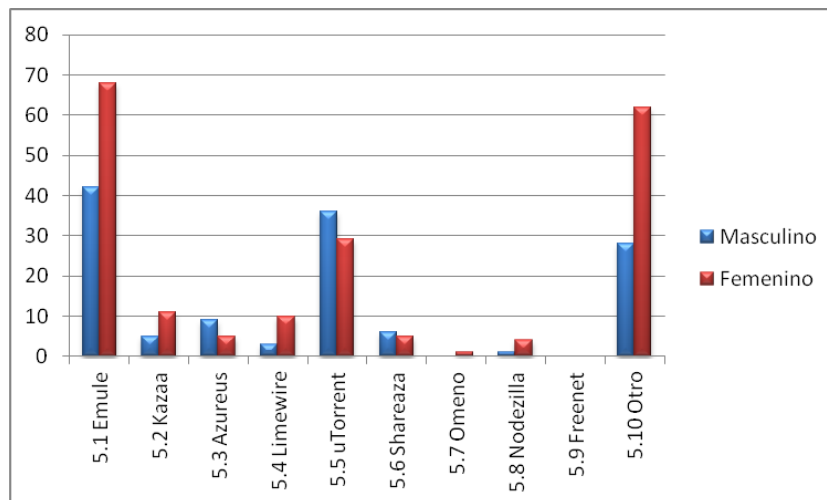


Gráfico 23 - Redes o programas P2P más utilizados (por sexo).

El segundo programa más utilizado por los encuestados de ambos sexos es *uTorrent*, que obtuvo 36 menciones masculinas y 29 menciones femeninas. Todos los otros programas o redes que podrían ser elegidos en la encuesta tuvieron un número muy bajo de menciones por parte tanto de hombres como de mujeres.

La opción *otro* programa P2P fue elegida por un gran número de mujeres (62), superando así el número de menciones obtenidas por el segundo programa más popular entre ellas, *uTorrent*. 28 hombres dijeron usar un programa P2P que no constaba en la lista de opciones.

Tipos de archivos más descargados

Las mujeres, seguramente debido a su mayor participación en la encuesta en términos absolutos, descargan más música (171 mujeres dijeron descargar música frente a 123 hombres que dijeron hacer lo mismo), más películas (140 frente a 114), más libros (55 por 44), más documentos (83 frente a 50) y más software (65 por 63) que los hombres. El único tipo de archivo más descargado por los hombres que por las mujeres son los juegos, mencionados 33 veces por los encuestados del sexo femenino y 37 veces por los del sexo masculino.

En términos porcentuales el cuadro cambia. Aproximadamente el 69% de las mujeres descargan música, mientras que un 73,2% de los hombres lo hacen. Las mujeres que descargan películas también son proporcionalmente menos que los hombres (56,5% y 67,8%, respectivamente). Los hombres descargan proporcionalmente más libros, documentos y software (26,1%, 29,7% y 37,5%) que las mujeres (22,2%, 33,4% y 26,2%).

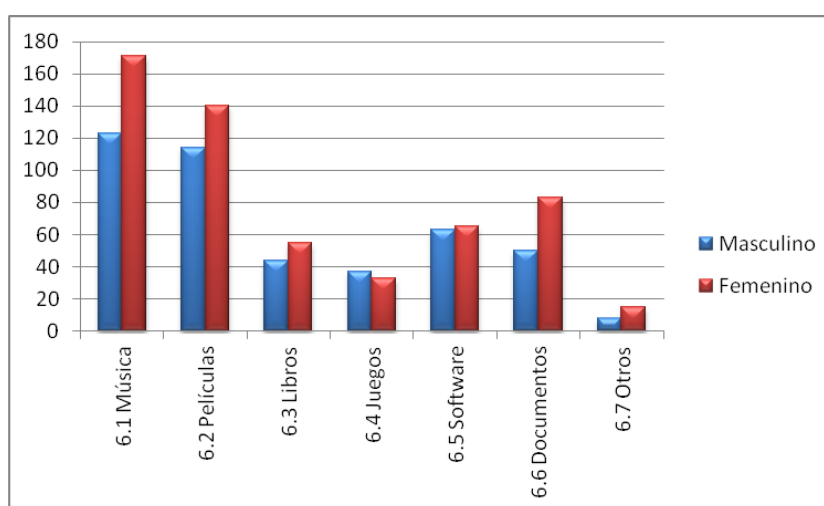


Gráfico 24 – tipos de archivos más descargados (por sexo).

Personas que mantienen blogs o páginas web

Aproximadamente el 40% de los hombres que participaron de la encuesta dijeron mantener algún blog o página personal, un número proporcionalmente superior al de mujeres que dijeron tener algún tipo de página web o blog (35,5%).

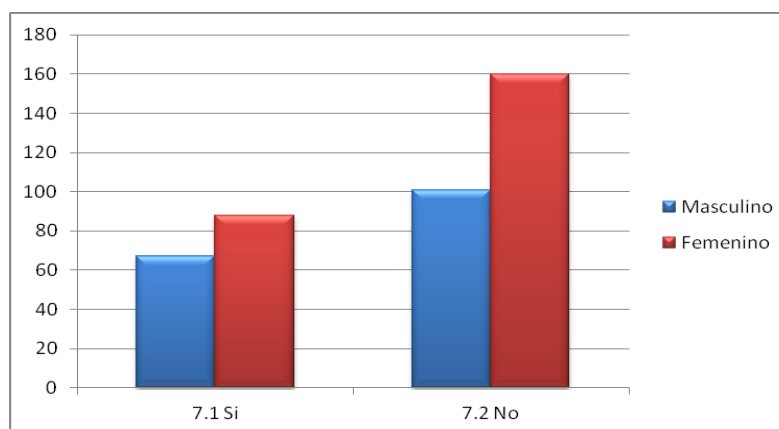


Gráfico 25 – personas que mantienen un blog o página web (por sexo).

Personas que trabajan o ejercen actividades vinculadas a Internet

Entre los hombres también es proporcionalmente mayor el número de personas que declaró trabajar o ejercer alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías (aproximadamente 56%) que entre las mujeres (casi 43%).

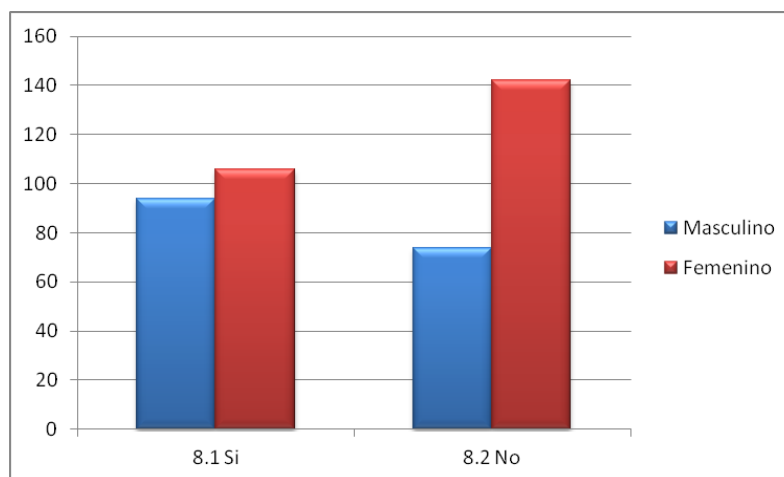


Gráfico 26 – Personas que trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o Nuevas Tecnologías (por sexo).

Uso de redes sociales

En cuanto a la participación en redes sociales existe una ligera diferencia proporcional entre los encuestados del sexo femenino y del sexo masculino: un 89,1% de las mujeres participan en alguna red social mientras que el número de hombres que dijeron tener una cuenta en una red social como Facebook o Tuenti es equivalente al 82,7% del total de personas de este sexo.

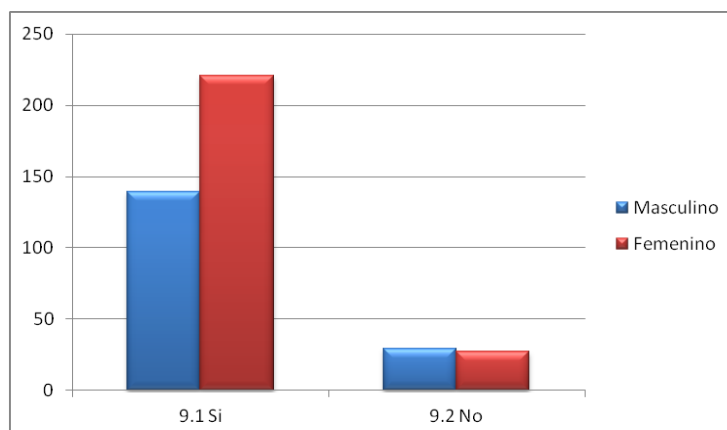


Gráfico 27 – personas que participan en alguna red social (por sexo).

Subida de contenidos

Proporcionalmente, el número de hombres y mujeres entre los encuestados que suben contenidos a Internet es prácticamente idéntico. 144 personas del sexo masculino dijeron subir algún tipo de contenido a Internet, un 85,7% del total de hombres que participaron en la encuesta. Entre las mujeres, se verificó un número de 214 personas que suben contenidos, lo que corresponde a poco más del 86% del total de personas del sexo femenino que respondieron.

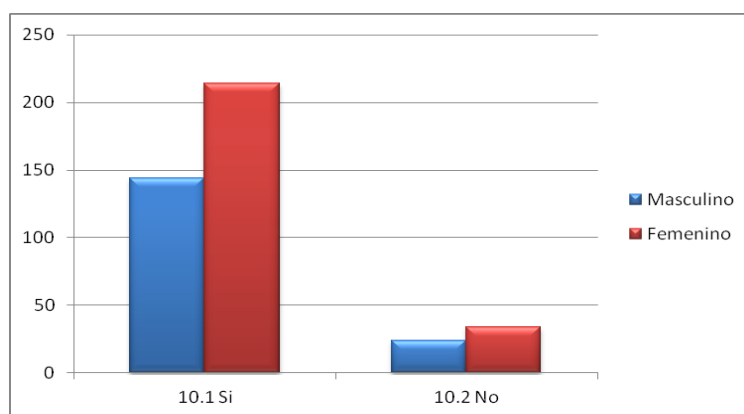


Gráfico 28 – subida de contenidos a Internet (por sexo)

Tipos de contenidos subidos

Centrándonos en los tipos de contenidos subidos, tanto hombres como mujeres dijeron subir en primer lugar fotos (134 hombres y 208 mujeres), después texto (103 y 140, respectivamente) y por fin vídeos (74 y 102). Otros tipos de archivos fueron mencionados en idéntica cantidad por hombres y mujeres (5 veces cada uno).

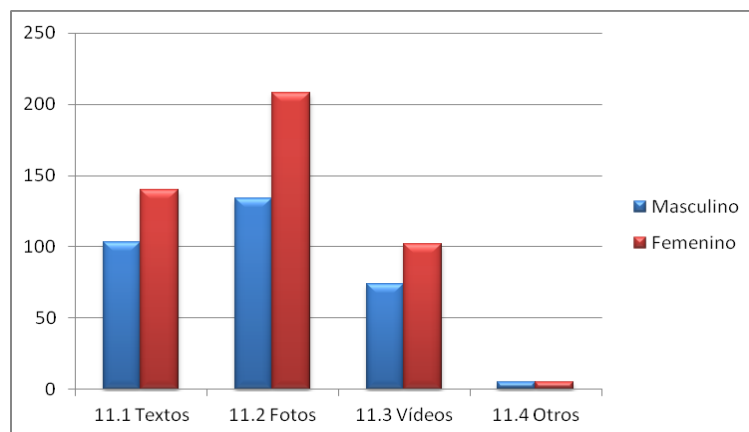


Gráfico 29 – tipos de contenidos subidos (por sexo)

Frecuencia de subida de contenidos

La mayor parte de los hombres sube contenidos con poca frecuencia (61, lo que supone aproximadamente el 39% de los hombres que contestaron esta pregunta). Las mujeres que suben contenidos poco frecuentemente representan un 32% del total de las personas de este sexo que contestaron a esta pregunta (71 personas).

Entre aquellos que declararon subir contenidos a diario, las mujeres superan los hombres. Aproximadamente un cuarto de ellas afirman subir contenidos todos los días, mientras que los hombres que publican en Internet con la misma frecuencia son un 15,4% de aquellos que contestaron a esta pregunta.

La periodicidad semanal fue elegida por 60 mujeres (27% de las que contestaron a esta pregunta). Los hombres que publican en Internet por lo menos una vez a la semana son 45, aproximadamente el 29% de los que respondieron a esta pregunta, un porcentaje bastante similar entre ambos sexos. De la misma manera las mujeres que suben contenidos mensualmente suman aproximadamente un 16% del total, proporción prácticamente idéntica a la de hombres que declararon publicar archivos con esta frecuencia.

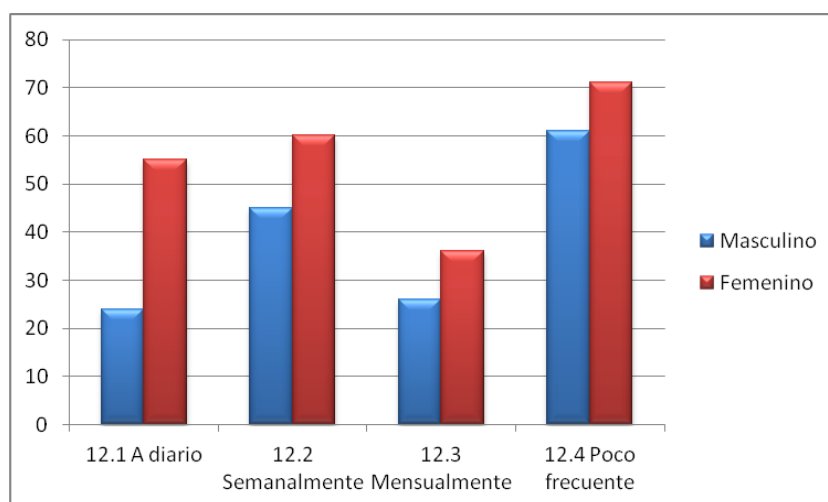


Gráfico 30 – Frecuencia de subida de contenidos a Internet (por sexo).

7.2.2. Resultados por edad

Descarga de archivos

Los adolescentes son el grupo de edad cuyos miembros practican en mayor porcentaje las descargas de archivos desde Internet. En total 28 personas de esta banda etaria participaron en la encuesta, y apenas 1 dijo que no descargaba archivos. El porcentaje de adolescentes que descarga archivos es de aproximadamente el 96,5%, un poco superior a los casi 89% de jóvenes entre 20 y 30 años que declararon en la encuesta también descargar archivos.

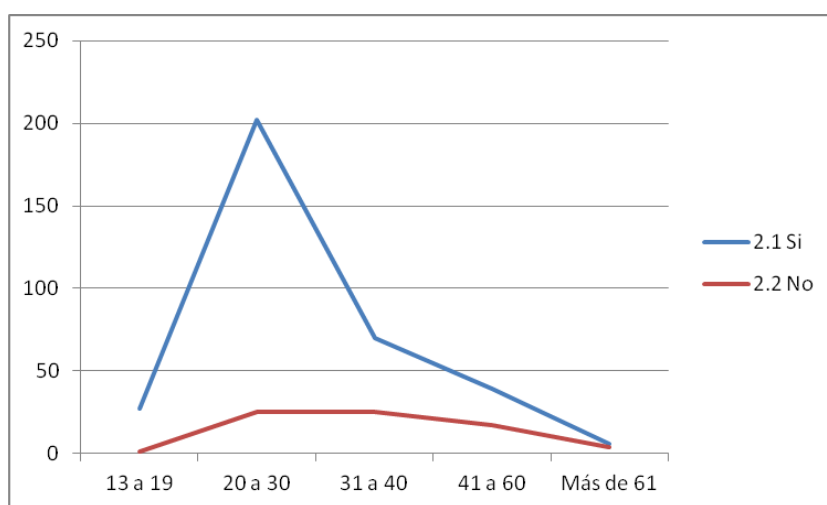


Gráfico 31 – Personas que declararon descargar archivos desde Internet (por edad).

Entre los adultos (31 a 40 años) se observa una ligera disminución en el número proporcional de personas que declararon descargar archivos. El porcentaje de personas que descarga archivos dentro de este grupo de edad es de 77,7%, un poco más de 3/4 del total. El siguiente grupo de edad, compuesto por adultos entre 41 y 60 años, presenta unos índices aún menores: solo 39 de las 56 personas de esta banda de edad dijeron descargar archivos de Internet (69%, aproximadamente). Aunque este sea un índice alto, es significativamente inferior al de las franjas más jóvenes. La tendencia de caída del número de personas que hace descargas cuanto mayor es la edad se confirma entre las personas con más de 61 años. En este grupo, solo un 60% dijo descargar archivos de Internet.

Frecuencia de descargas

La frecuencia con que se descargan los contenidos es uniforme entre los mayores de 61 años: de los 6 encuestados de este grupo, 2 dijeron descargar archivos a diario, 1 semanalmente, 2 mensualmente y 1 con poca frecuencia. Entre las personas de 41 a 60 años las respuestas se concentraron en las opciones semanalmente (17 encuestados o 37,7% de las personas de esta banda etaria) y mensualmente (19 o 42,2%). Otras 3 personas de este grupo de edad dijeron descargar archivos a diario, mientras que 6 lo hacen con poca frecuencia.

Entre los adultos (31 a 40 años), 19 personas o un 24,1% del total de este grupo descarga contenidos a diario y 27 (el 34,1%) lo hacen por lo menos una vez por semana. Se trata de un porcentaje superior al de las personas que declararon descargar archivos con poca frecuencia (sumando el índice de las respuestas "mensualmente" y "poco frecuente", tenemos un total de 33 personas o 41,8%).

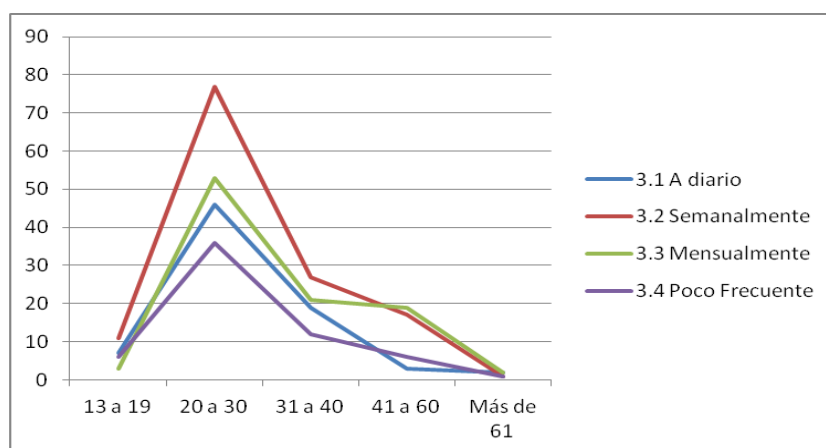


Gráfico 32 - Frecuencia de descarga de archivos (por edad).

El grupo de los jóvenes adultos (20 a 30 años) presenta una frecuencia de descarga muy similar a la del grupo adulto. El porcentaje de respuestas en las alternativas "a diario" y "semanalmente" sumado es muy similar al del grupo adulto: 123 personas o aproximadamente el 58% eligieron una de estas dos alternativas de respuesta. Otros 53 encuestados dijeron descargar archivos

solo mensualmente, mientras que 36 lo hacen con poca frecuencia.

Los adolescentes, grupo que proporcionalmente hace más descargas, también es el grupo que descarga con mayor frecuencia. 7 de ellos declararon descargar contenidos a diario y 11 lo hacen semanalmente, un 66,6% del total de personas de esta banda etaria. Otros 6 declararon hacer descargas de contenido con poca frecuencia y 3 mensualmente.

Uso de redes P2P

Todos los grupos etarios utilizan programas P2P en una proporción mayor de 50% (60,7% entre los que tienen entre 13 y 19 años, 57,2% de los que tienen entre 20 y 30, 52,6% de las personas entre 31 y 40 y 51,8% en el grupo de edad de 41 a 60). La única excepción son los mayores de 61, grupo en el cual solo un 30% de los encuestados declaró utilizar programas de intercambio de archivos.

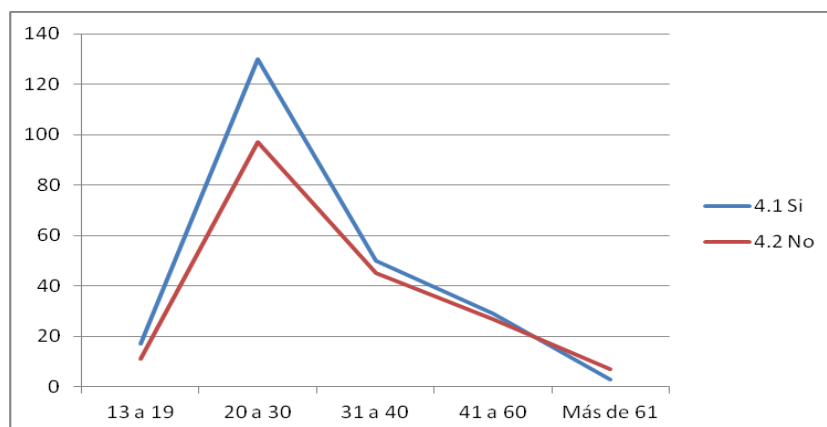


Gráfico 33 – Uso de redes o programas P2P (por edad).

Redes P2P más utilizadas

En cuanto a los programas o redes P2P más utilizados, la división por grupos de edad no cambia los resultados encontrados en el análisis general. Emule es el primero en número de menciones en todas las bandas de edad, con excepción de los adolescentes, que eligieron más veces la

opción "otros" (6 veces). De la misma forma µTorrent es el segundo programa más mencionado por todos los grupos excepto los adolescentes, que mencionaron más veces a Limewire (3) que µTorrent (2). La opción "otros" también obtuvo más menciones que µTorrent entre las personas de 20 a 30 y en el grupo de 31 a 40 años.

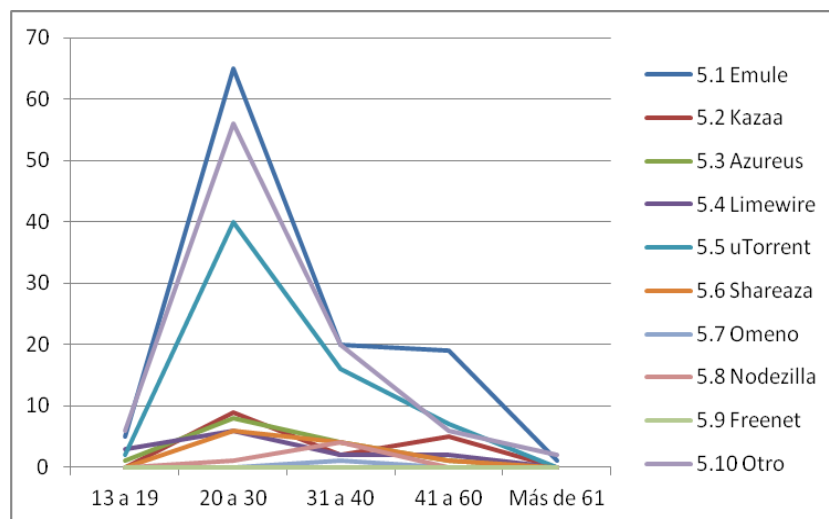


Gráfico 34 – Redes o programas P2P más utilizados (por edad).

Tipos de archivos más descargados

Los contenidos más descargados tampoco varían su orden de preferencia entre los encuestados cuando se observan los resultados del cuestionario por edad. Entre los adolescentes, casi el 100% de los encuestados dijo descargar archivos de música (27 respuestas entre 28 participantes). Las películas también son un tipo de archivo muy popular entre los adolescentes, pero en menor proporción que los archivos de música (3/4 de los encuestados entre 13 y 19 años descargan películas). Aproximadamente un 18% de ellos descargan libros y juegos, proporción casi idéntica a la de los que descargan software (21%). Un 28,5% de los encuestados de este grupo etario también eligió la opción genérica documentos.

Entre las personas de 20 a 30 años, aproximadamente un 75% declararon descargar música por Internet, porcentaje bastante cercano al de los que dijeron descargar películas (casi 68%). El tercer tipo de archivos más descargado son

los de software (33% de las personas jóvenes). Los libros fueron mencionados por un 26,9% de los encuestados de este grupo etario, mientras que los juegos han sido descargados por aproximadamente un 17% de ellos. La opción documentos fue elegida por el 30,4% de los jóvenes, que también mencionaron la opción otros (6,6%).

El grupo de personas entre 31 y 40 años sigue la tendencia de las otras franjas de edad: Los archivos musicales son los más descargados (63,2%), seguidos por los archivos de películas (55,8%), software (31,5%) y documentos sin especificar (28,4%). Los libros fueron mencionados por un 22,1% de los encuestados de este grupo y los juegos por el 15,7%.

Los miembros del grupo de edad entre 41 y 60 años confirman las preferencias manifestadas por los otros grupos casi en las mismas proporciones.

Entre los mayores de 61, los documentos sin especificar son mencionados en la misma proporción que los archivos de música (el 50% de los encuestados de este grupo dijo descargar estos tipos de archivos).

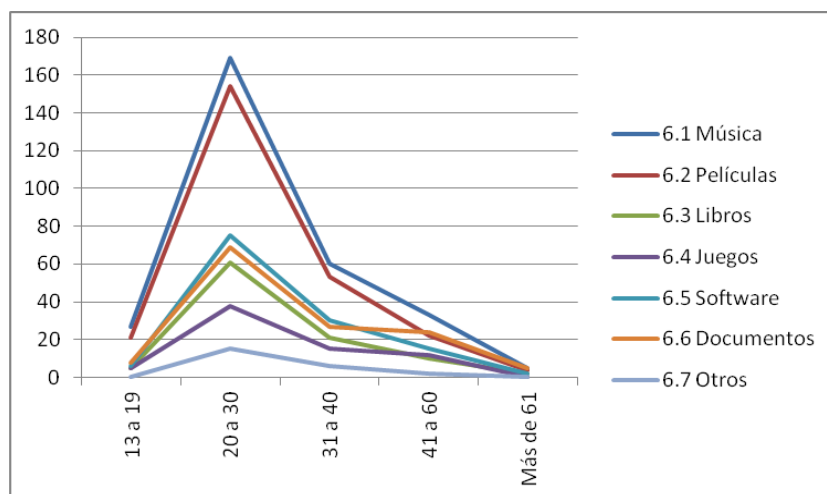


Gráfico 35 - tipos de archivos más descargados (por edad).

Personas que mantienen blog o página web

Sólo un 10% de las personas mayores de 61 años mantienen un blog o página personal. En contrapartida, aproximadamente el 42% de los jóvenes entre 20 y 30 años

utilizan este tipo de herramienta para publicar en Internet. Entre los adolescentes (13 a 19 años) casi un tercio de los encuestados declaró mantener un blog o pagina web, proporción un poco inferior a la que podemos observar en el grupo etario de 31 a 40 años (aproximadamente 38%). Finalmente una cuarta parte de las personas entre 41 y 60 años declaró poseer un blog o pagina web personal.

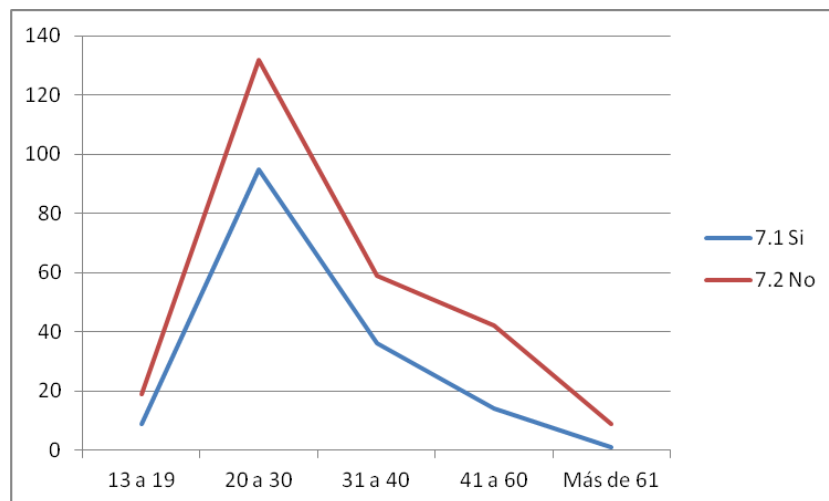


Gráfico 36 – personas que mantienen un blog o pagina web (por edad).

Personas que trabajan o ejercen actividades vinculadas a Internet

Aproximadamente un 18% de los encuestados entre 13 y 19 dijo ejercer alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías, un número importante si consideramos que las personas de esta edad, por lo general, todavía no han entrado en el mercado laboral, y que puede ser atribuido a la dificultad de comprensión de la idea expresada por la frase "*mantener una actividad*". Entre los mayores de 61 años, solo 1 (10%) declaró ejercer alguna actividad relacionada a Internet.

La proporción cambia cuando se observan los números relativos al grupo de edad entre 20 y 30 años. Un 55,5% de las personas con esta edad que respondieron a la encuesta trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías, proporción prácticamente idéntica a la del grupo entre 31 y 40 años (55,8%).

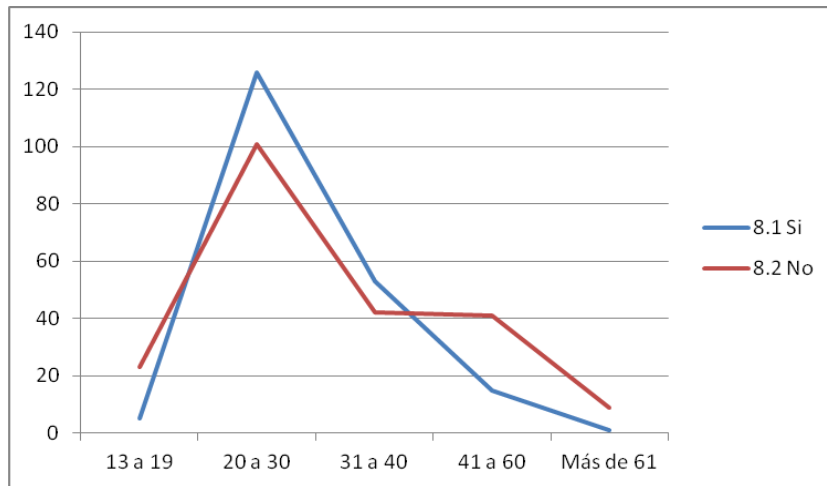


Gráfico 37 – personas que trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías (por edad).

Uso de redes sociales

El 100% de las personas entre 13 y 19 años dijeron participar en alguna red social. La proporción de personas entre 20 y 30 años que tiene una cuenta en alguna web como Facebook o Tuenti también es alta: un 96% de las personas de este grupo etario participan en alguna red social.

Los adultos también están presentes en las redes sociales de forma masiva. Aproximadamente el 83% de las personas entre 31 y 40 años que participaron en la encuesta son miembros de alguna red. Sin embargo este porcentaje empieza a disminuir a partir del grupo comprendido entre 41 y 60 años. En este grupo la participación en las redes sociales desciende a poco más del 51%. Se trata aún de una mayoría pero bastante por debajo de los porcentajes observados en los otros grupos etarios. Entre los mayores de 61, la participación es similar a la de la franja anterior: 6 personas (60% de los encuestados) dijeron participar en alguna red social.

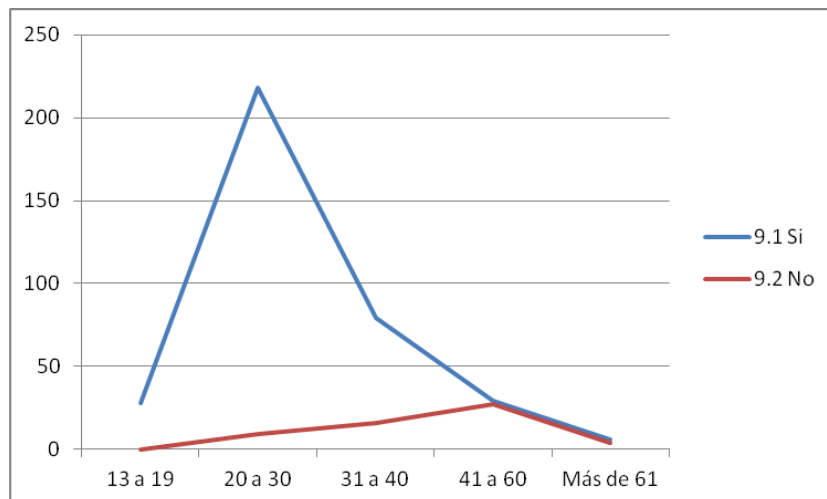


Gráfico 38 – personas que participan en alguna red social (por edad).

Subida de contenidos

Cuando fueron preguntados sobre si ya habían subido algún tipo de contenido a Internet, el 100% de los adolescentes que participaron en la encuesta respondieron afirmativamente. Entre las personas de 20 a 30 años también se puede observar una gran cantidad de respuestas afirmativas a esta pregunta: aproximadamente el 95% de los encuestados de esta edad han subido algún contenido a Internet.

El índice de personas entre 31 y 40 años que han declarado haber subido alguna vez contenidos a Internet es de aproximadamente un 83%. En el grupo de 41 a 60 años tenemos un 53,5% de personas que contestaron afirmativamente a la pregunta, mientras que entre los mayores de 61 años 4 personas (40%) de los encuestados dijeron que publican o han publicado contenidos en Internet. Estos números porcentuales son prácticamente idénticos en todos los grupos de edad a los que hemos observado en las respuestas a la pregunta anterior, sobre la participación en redes sociales.

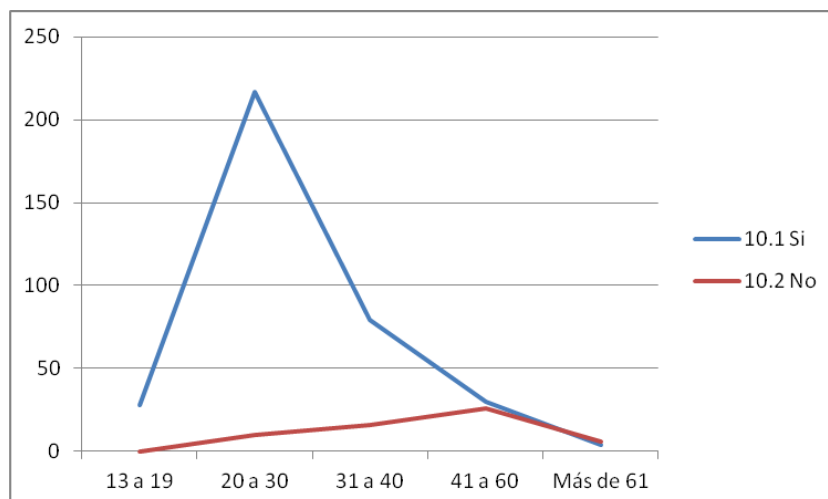


Gráfico 39 – subida de contenidos a Internet (por edad).

Tipos de contenidos subidos

En relación a los tipos de contenidos subidos, entre los adolescentes la mayoría dijo haber subido fotos (28 personas o 100% de los encuestados de esta edad). Los textos fueron mencionados por 18 personas, mientras que 10 personas dijeron haber subido un video en algún momento.

La misma proporción entre los tipos de contenidos subidos puede ser observada en el grupo de jóvenes adultos (20 a 30 años). Predominan las fotos, subidas por 208 personas, aproximadamente el 91% de los encuestados de este grupo. Los archivos de texto vienen después con 151 menciones (un poco más del 66% del total de personas de este grupo) y los vídeos fueron subidos por 118 personas, aproximadamente el 52%. Otros tipos de archivos fueron mencionados por 5 personas.

Entre las personas de 31 a 40 años tenemos 75 que declararon haber subido fotos, 51 que dijeron subir archivos de texto y 35 que publicaron vídeos. Otros tipos de archivos fueron mencionados 3 veces por este grupo etario. Ya entre los miembros del grupo de 41 a 60 años los resultados fueron: fotos (28), textos (19), vídeos (12) y otros (2).

En todos los grupos se observa una proporción semejante entre los tipos de contenido subidos, con excepción de los mayores de 61. En este grupo tenemos una predominancia de archivos de textos (4) sobre fotos (3) y vídeos (1).

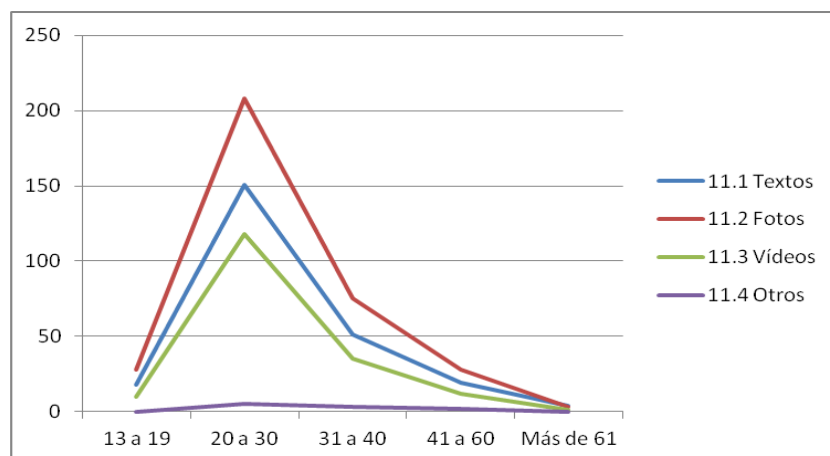


Gráfico 40 – tipos de contenidos subidos (por edad).

Frecuencia de subida de archivos

A la pregunta sobre la frecuencia con la que suben los archivos, todos los encuestados mayores de 61 años respondieron subir los archivos con poca frecuencia (6 personas). Entre las personas de 41 a 60 se observa también una mayoría de la respuesta "poco frecuente", con 24 encuestados eligiendo esta opción, mientras que 3 dijeron subir archivos mensualmente, 8 semanalmente y 4 personas a diario.

El grupo de personas entre 31 y 40 años también presentó una mayoría de respuestas en la opción poco frecuente, pero al contrario de los resultados de los dos grupos de edad anteriores, esta opción de respuesta no fue elegida por más del 50% de los encuestados de este sector. Aproximadamente un 45% dijeron subir archivos con poca frecuencia, mientras que las opciones a diario y semanalmente sumadas tuvieron aproximadamente el 32% de las respuestas dentro de este grupo.

La frecuencia de subida de archivos cambia de forma significativa cuando se comparan las respuestas del grupo

de jóvenes adultos (20 a 30 años) con la de los grupos más mayores. En el grupo de los jóvenes adultos, el 25,3% de las personas dijeron subir archivos con poca frecuencia y un 15,4% por lo menos una vez al mes. Por lo tanto el porcentaje de personas que suben archivos por lo menos una vez por semana es superior al 50%, siendo que la opción a diario obtuvo aproximadamente un 25% del total de respuestas en este grupo etario.

Finalmente, las respuestas de los adolescentes a la pregunta sobre frecuencia de subida de archivos presentan una distribución equilibrada: 6 de ellos suben archivos a diario, 8 lo hacen con una frecuencia semanal, 6 lo hacen mensualmente y 7 con poca frecuencia.

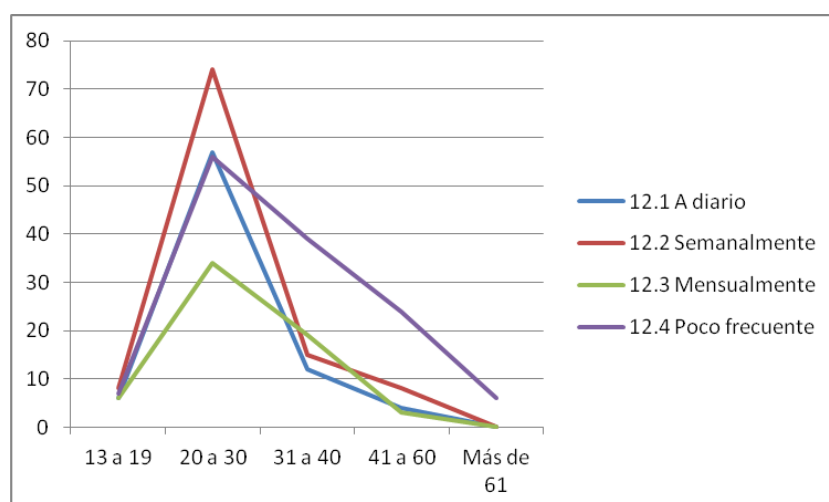


Gráfico 41 – Frecuencia de subida de contenidos a Internet (por edad).

7.2.3. Resultados por estudios o formación

Descargas de archivos

Entre las personas que dijeron tener solo el nivel primario de enseñanza, todos los encuestados (3) contestaron que sí a la pregunta sobre descarga de archivos en Internet. Las respuestas del grupo de personas que llegó al nivel secundario de enseñanza son similares: el 90% de los encuestados con este nivel de educación declararon descargar archivos desde Internet.

En el grupo de personas que poseen el diploma de bachiller, mas de 3/4 partes contestaron de forma afirmativa a la pregunta. Este porcentaje sube un poco entre las personas que estudiaron FP: aproximadamente el 89% de las personas de este grupo descarga archivos desde Internet.

Los estudiantes o ex estudiantes universitarios son el grupo más numeroso entre los participantes de la encuesta (270 personas). De este total casi un 83% declaró haber descargado archivos en algún momento. Se trata de un porcentaje superior al de las personas que han llegado a los estudios de Postgrado. En este grupo, el 79% o 68 personas dijeron descargar archivos de Internet.

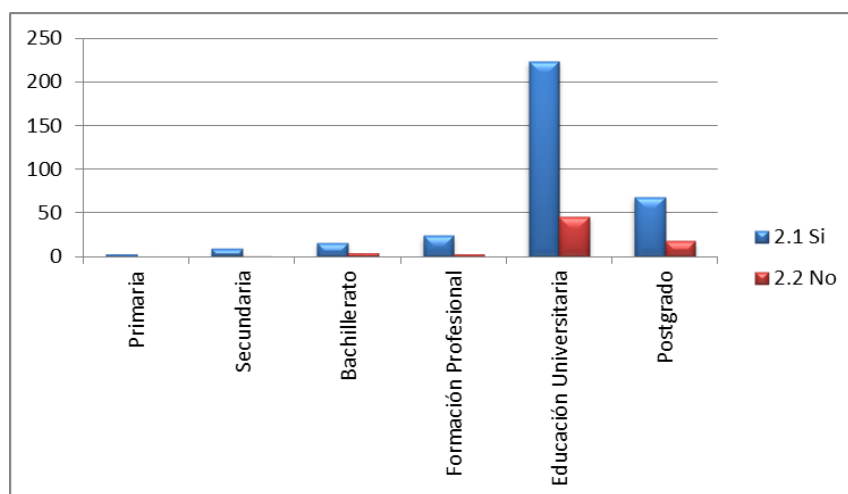


Gráfico 42 - Personas que declararon descargar archivos desde Internet (por escolaridad).

Frecuencia de descargas

En cuanto a la frecuencia de las descargas, verificamos que entre las personas del grupo de educación primaria ninguna declaró descargar archivos con poca frecuencia. 2/3 de las personas de este grupo descargan archivos a diario, porcentaje bastante más alto que el observado en el grupo de educación secundaria (el 30% descargan a diario). En este grupo tenemos un 50% de personas que contestaron "a diario" y "semanalmente" frente a otro 50% que eligieron "mensualmente o "poco frecuente".

En el grupo de personas que llegó al bachillerato tenemos una situación similar a la del grupo anterior: aproximadamente un 53% de los encuestados dijeron descargar archivos "a diario" o "semanalmente", mientras el otro 47% lo hace "mensualmente" o "con poca frecuencia". Un porcentaje bastante equilibrado y con respuestas concentradas en las opciones intermedias. Solo 2 encuestados dijeron bajar archivos a diario y otros 2 dijeron hacerlo con poca frecuencia.

La suma de las opciones "a diario" y "semanalmente" representa el 68% de las respuestas a esta pregunta en el grupo de las personas que han estudiado Formación Profesional, un porcentaje cercano a los 2/3 verificados en el grupo de educación primaria. Entre las personas que estuvieron en la universidad este porcentaje decrece un poco, quedando en aproximadamente el 58% de las personas de este grupo. Tanto entre el grupo de Formación Profesional como en el grupo de educación universitaria las respuestas se concentran más en las opciones "semanalmente" y "mensualmente" que en las otras dos opciones.

Finalmente, entre los que han realizado estudios de postgrado volvemos a un equilibrio entre las descargas frecuentes y menos frecuentes: el 51,3% de las personas descarga a diario o semanalmente, mientras que un 48,7% lo hacen solo semanalmente o con poca frecuencia.

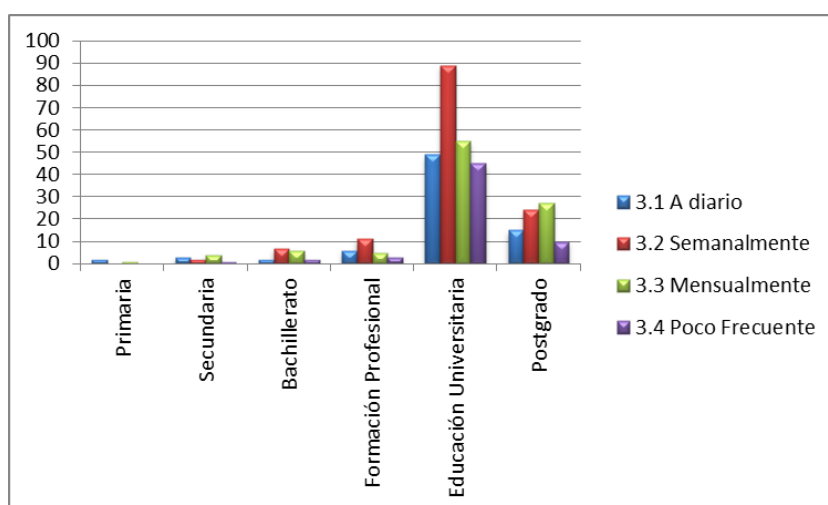


Gráfico 43 - Frecuencia de descarga de archivos (por escolaridad).

Utilización de redes P2P

En el grupo de estudiantes de educación primaria, 2/3 utilizan programas P2P. Entre los grupos que tienen nivel de formación secundario o de bachillerato hay un gran equilibrio entre el uso o no de redes P2P (50% en el caso del primer grupo y 55% a 45% en el segundo grupo).

En el grupo de formación profesional aproximadamente un 63% de las personas afirmaron utilizar programas P2P. Este porcentaje decrece entre los del grupo de educación universitaria (aproximadamente un 56% utilizan P2P) y baja todavía más entre el grupo de postgrado (aproximadamente 51%).

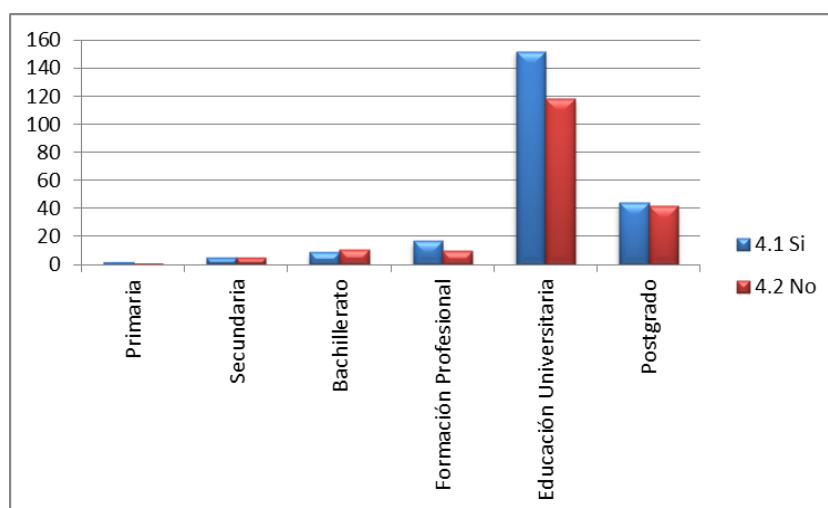


Gráfico 44 – Uso de redes o programas P2P (por escolaridad).

Redes P2P más utilizadas

El programa o red P2P más utilizado en todos los niveles de enseñanza es Emule excepto entre el grupo de bachillerato, en el cual aparece como programa más popular µTorrent. Este programa ocupa el segundo lugar en la preferencia de los encuestados en los otros grupos con excepción de estudios universitarios y postgrado, en los cuales la opción otros programas fue mencionada más veces.

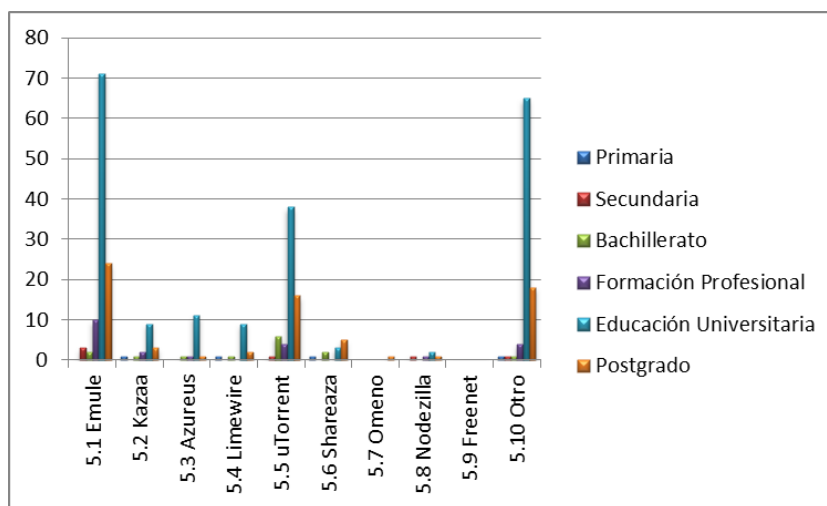


Gráfico 45 – Redes o programas P2P más utilizados (por escolaridad).

Tipos de archivos más descargados

En cuanto a los tipos de archivo más descargados todos los encuestados del grupo que declaró tener estudios de educación primaria dijeron descargar música por Internet. También fueron mencionados por los miembros de este grupo los archivos de películas, libros, juegos, software y documentos, todos ellos una vez.

Entre el grupo de enseñanza secundaria otra vez tenemos el 100% de los encuestados afirmando descargar archivos de música. El segundo tipo de archivo más descargado por este grupo son los de películas, mencionados por un 40% de las personas con enseñanza secundaria. Los archivos de juegos y software fueron mencionados por el 20% de los encuestados de este grupo y los archivos de libros por un 10% de las personas.

El grupo de bachillerato sigue la tendencia observada en los grupos anteriores: predominan las descargas de archivos de música (aproximadamente el 94% de las personas de este grupo que afirmaron descargar archivos han descargado algún archivo de música) y de archivos de películas (81,2%). Los otros archivos más populares entre los miembros de este grupo son, por este orden, los de libros (8 personas afirmaron descargar este tipo de archivo), software (7), documentos (5) y juegos (4).

Las personas que han llegado a estudiar formación profesional descargan música (aproximadamente el 91% de

ellas lo hacen), películas (70,8%), software (45,8%), juegos (37,5%), documentos sin especificar (29,1%) y libros (8,3%, el menor porcentaje de este tipo de archivo entre todos los grupos).

Entre los que dijeron tener una carrera universitaria, aproximadamente un 86% afirmaron descargar archivos de música. Las películas (77,2%), los documentos sin especificar (36,6%), los archivos de software (33,5%), los libros (29%) y los juegos (18,7%) aparecen en este orden. La opción otros (ninguna persona de los anteriores niveles de enseñanza señaló esta opción) fue mencionada por un 6,7% de los encuestados de este grupo. El grupo de personas que afirmó tener estudios de postgrado presenta números porcentuales bastante semejantes a los del grupo de educación universitaria.

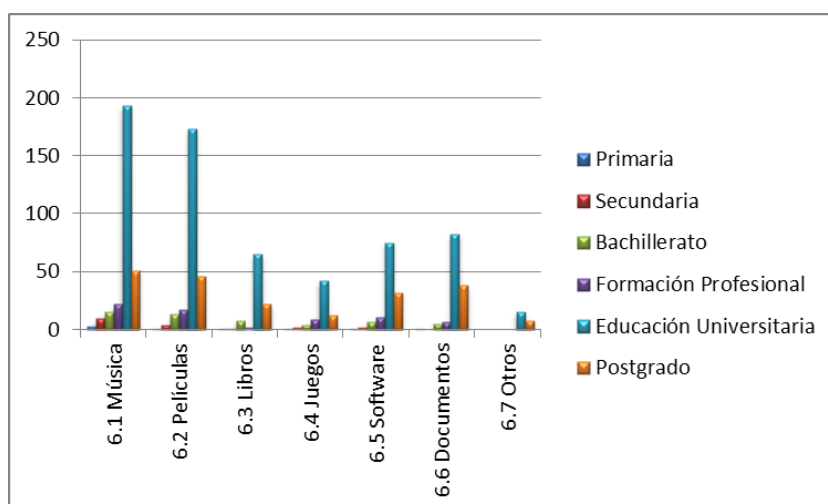


Gráfico 46 - tipos de archivos más descargados (por escolaridad).

Personas que mantienen blogs o páginas web

Cuando fueron preguntados sobre si poseían un blog o pagina web personal, los miembros del grupo de personas con nivel de enseñanza primaria contestaron todos que no. Entre los que tenían nivel de enseñanza secundaria, solo un 10% contestó de manera afirmativa a esta pregunta. Este número sube un poco entre aquellos que han llegado al bachillerato (un 30% de ellos afirmó poseer un blog o pagina web personal).

Entre los miembros del grupo de FP el porcentaje de personas que administra un blog o página personal vuelve a decrecer (aproximadamente 26%). Pero las personas que afirmaron haber estudiado alguna carrera universitaria o algún curso de postgrado hacen subir otra vez el índice de utilización de herramientas de publicación de páginas web (38,5% y 43%, respectivamente).

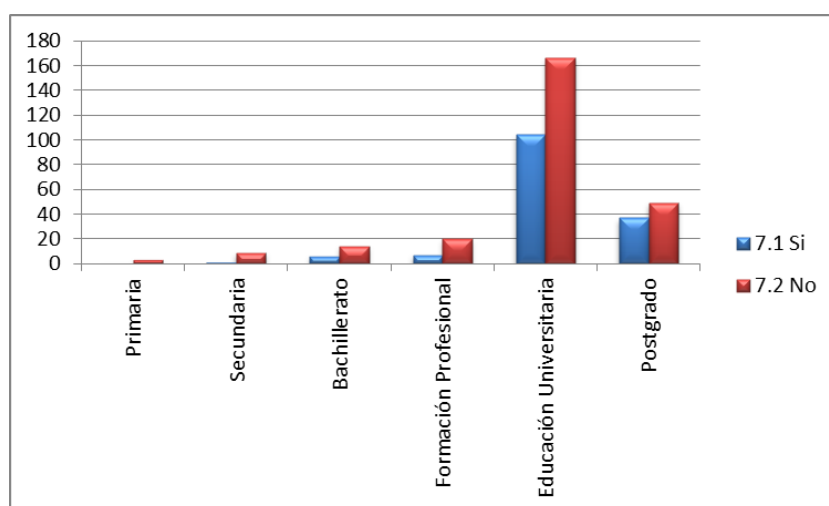


Gráfico 47 – personas que mantienen un blog o pagina web (por escolaridad).

Personas que trabajan o ejercen actividades vinculadas a Internet

En el grupo de primaria, un 33,3% de las personas dijeron trabajar o ejercer alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías. Este porcentaje es superior al que podemos observar en el grupo de secundaria (solo un 10% afirmaron trabajar con nuevas tecnologías). Entre las personas del grupo de bachillerato, un 55% de los encuestados trabajan o ejercen actividad vinculada con nuevas tecnologías.

Este porcentaje decrece una vez más en el grupo de formación profesional, en el cual solo el 33,3% de las personas contestaron de forma afirmativa a la pregunta. Aproximadamente el 52% de los que afirmaron haber estudiado en la universidad trabajan con nuevas tecnologías o Internet. En el grupo de personas que llegaron al postgrado este porcentaje es inferior: solo el 44,2%.

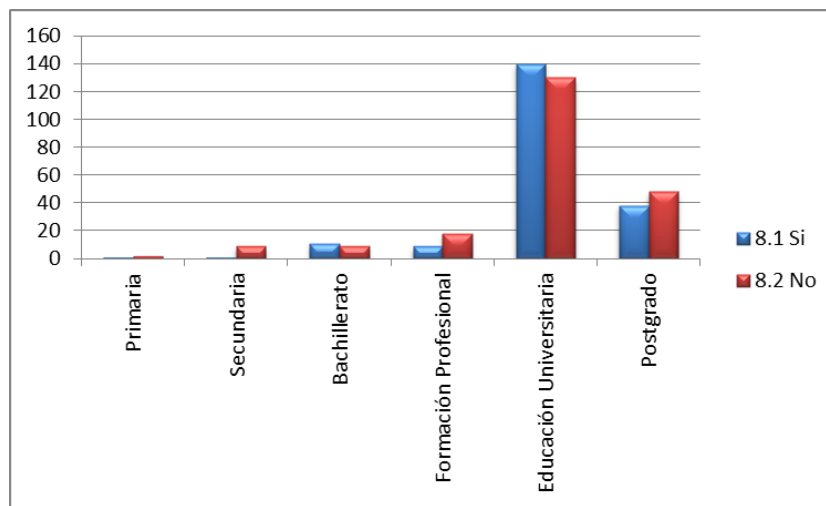


Gráfico 48 – personas que trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías (por escolaridad).

Uso de redes sociales

La mayor parte de los encuestados participa en alguna red social. Considerando la variable escolaridad observamos que el alto grado de participación se reparte de manera más o menos uniforme por todos los niveles de enseñanza. Entre los que dijeron tener estudios primarios (3), el 100% de las personas declararon participar de alguna red social como Facebook o Tuenti. En el grupo de secundaria este porcentaje se queda en 70%. Entre las personas que llegaron al bachillerato el índice de participación vuelve a subir: el 90% de los encuestados de este grupo están en alguna red social.

Entre las personas que estudiaron formación profesional, un 74% participan en redes sociales. Los encuestados que tienen estudios universitarios también participan en gran número en las redes sociales. De un total de 270 personas, 238 (aproximadamente un 88%) son miembros de alguna red. Entre las 86 personas del grupo de postgrado que contestaron a esta pregunta, aproximadamente el 86% está en las redes sociales.

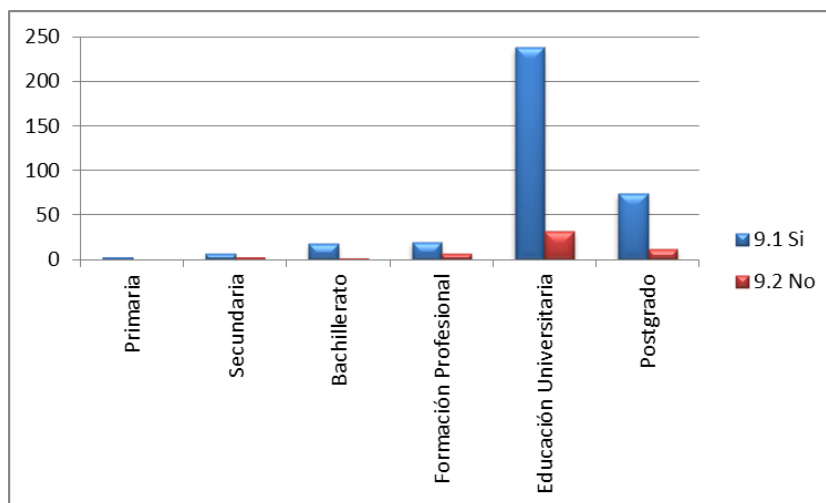


Gráfico 49 – personas que participan en alguna red social (por escolaridad).

Subida de contenidos

Las respuestas a la pregunta “¿has subido algún contenido a la web?” presentan porcentajes parecidos a las respuestas sobre participación en las redes sociales. En el grupo de estudiantes de primaria 2 de los 3 encuestados declararon haber subido contenidos a Internet en algún momento (66,6%). Entre los encuestados con nivel secundario de estudios un 70% dijo haber subido contenidos, índice idéntico al de participación en redes sociales dentro de este grupo.

El grupo de bachillerato también repite número: el 90% de los encuestados de este grupo participan en redes sociales y suben contenidos. Entre los que estudiaron formación profesional el porcentaje de subida de contenidos decrece en relación a la participación en redes sociales: el 55,5% de las personas de este grupo afirma que han subido contenidos frente al 74% que dijeron estar en las redes sociales.

La coincidencia entre la participación en las redes sociales y la subida de contenidos vuelve a ser grande entre las personas que fueran a la universidad. El 88,8% de las personas de este grupo han subido contenidos, casi el mismo porcentaje de personas de este grupo que participan en redes sociales (88%). En el grupo de postgrado, el índice de subida de contenidos es aún más grande que el de participación en redes sociales: un 88,3% dijeron haber

subido contenidos, mientras que el 86% dijeron estar en redes sociales.

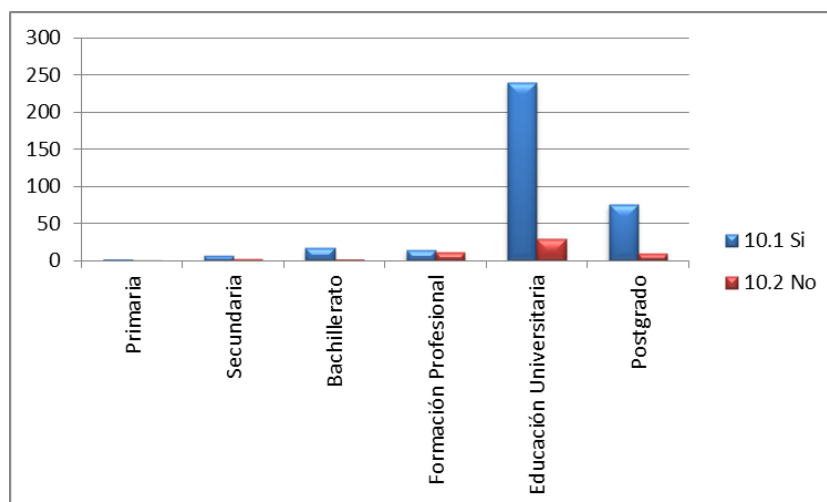


Gráfico 50 – subida de contenidos a Internet (por escolaridad).

Tipos de contenidos más subidos

Las fotos aparecen otra vez como el tipo de contenido más publicado en Internet por los encuestados, confirmando lo que se había observado en el análisis de las variables anteriores. Todas las personas del grupo de enseñanza primaria que contestaron a esta pregunta dijeron subir fotos (2). Entre las personas de nivel secundario de enseñanza, el 70% suben fotos, 60% vídeos, 40% han subido texto y 20% otro tipos de contenidos.

El 95% de los miembros del grupo de bachillerato dijeron haber subido fotos, 60% han subido textos, mientras que el 25% subieron vídeos. En esta banda de estudios el porcentaje de subida de fotos y textos es el más cercano entre los que hemos observado: 51,8% y 44,4%, respectivamente. En el grupo de FP, poco más de 50% de los encuestados declaro subir fotos.

Entre las personas con nivel universitario, 84% han subido fotos mientras que 59,2% han subido texto. 46% también suben videos y menos de 2% otros tipos de archivos. Entre aquellos que llegaron al postgrado se verifica el mayor porcentual de publicaciones de texto: 64%. Las fotos fueran mencionadas por 84,8% y los videos por 39,3%.

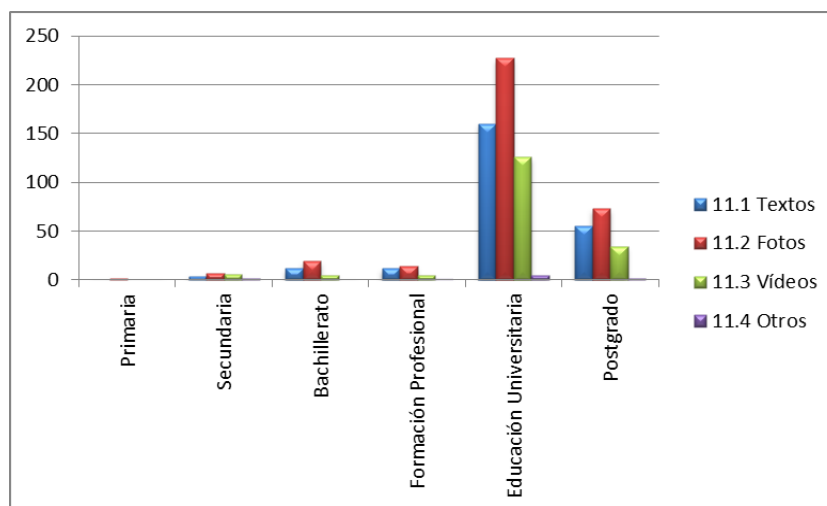


Gráfico 51 – tipos de contenidos subidos (por escolaridad).

Frecuencia de subida de contenidos

La frecuencia de subida de archivos se mantiene más o menos equilibrada entre todos los niveles de enseñanza. Considerando “a diario” y “semanalmente” sumados, tenemos entre los que dijeron haber completado la enseñanza primaria un 50% de respuestas. En el grupo de secundaria el porcentaje de aquellos que suben archivos con frecuencia decrece al 44,4%.

Entre aquellos que dijeron haber estudiado bachillerato, el índice de respuestas “a diario” y “semanalmente” disminuye otra vez, llegando al 31,5%. En el siguiente nivel de enseñanza observamos un aumento en la frecuencia de subida de archivos, pero otra vez el porcentaje de personas que dijeron subir archivos “mensualmente” o “poco frecuente” fue mayor (56,5%).

El único grupo en el que se observa un predominio de respuestas en las opciones de mayor frecuencia es el de personas con nivel universitario de enseñanza, el grupo más numeroso de la muestra (270 personas, aunque solo 244 respondieron a esta pregunta). Aun así, el número de personas que señaló “a diario” o “mensualmente” es solo un poco superior al de personas que eligieron “mensualmente” o “poco frecuente”: 52% y 48%, respectivamente.

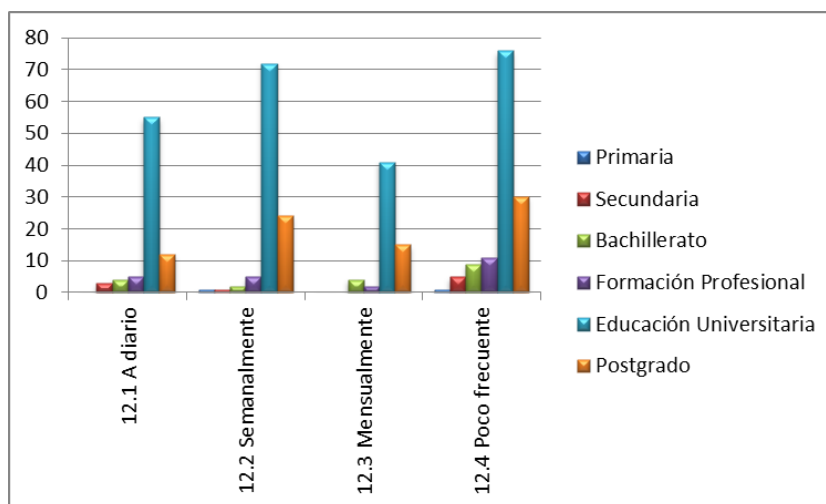


Gráfico 52 – Frecuencia de subida de contenidos a Internet (por escolaridad).

7.2.4. Resultados por actividad

Descarga de archivos

Aproximadamente el 94% de los que dijeron actualmente tener los estudios como ocupación principal descargan archivos desde Internet. Entre las personas que dijeron estar trabajando este porcentaje decrece un poco (75,9%). Aquellos que en la actualidad se encuentran sin trabajo descargan menos que los estudiantes pero más que los que están trabajando: 85,7% dijeron descargar archivos de Internet.

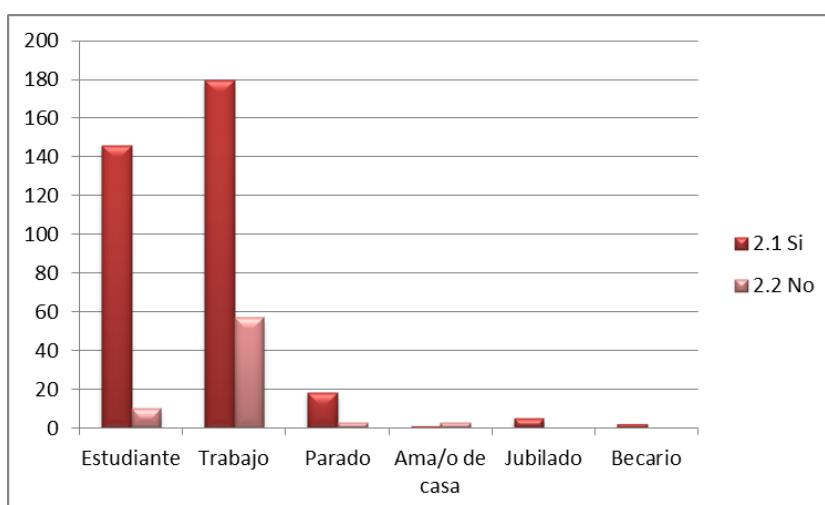


Gráfico 53 – Personas que declararon descargar archivos desde Internet (por actividad).

Frecuencia de descarga

En cuanto a la frecuencia con la que descargan los archivos, un 61,7% de los estudiantes lo hacen "a diario" o "semanalmente". Entre los trabajadores este porcentaje es similar: aproximadamente un 58% de las personas que trabajan descargan archivos por lo menos una vez a la semana. En el grupo de personas que declararon estar parados las proporciones son idénticas (50%) entre los pares "a diario"/"semanalmente" y "mensualmente"/"poco frecuente".

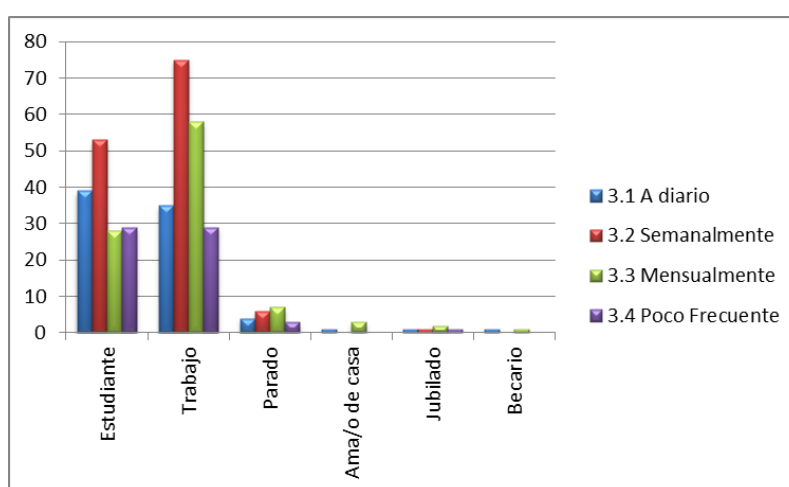


Gráfico 54 – Frecuencia de descarga de archivos (por actividad).

Uso de redes P2P

A la pregunta "¿utiliza usted algún programa P2P para hacer las descargas?", aproximadamente un 60% de los estudiantes contestaron sí. Entre los trabajadores este porcentaje decrece, quedando en 53,5%. El único grupo en que se puede observar una mayoría de no usuarios de redes P2P es el de desempleados: solo 1/3 del total de personas de este grupo (21) dijeron utilizar algún programa P2P.

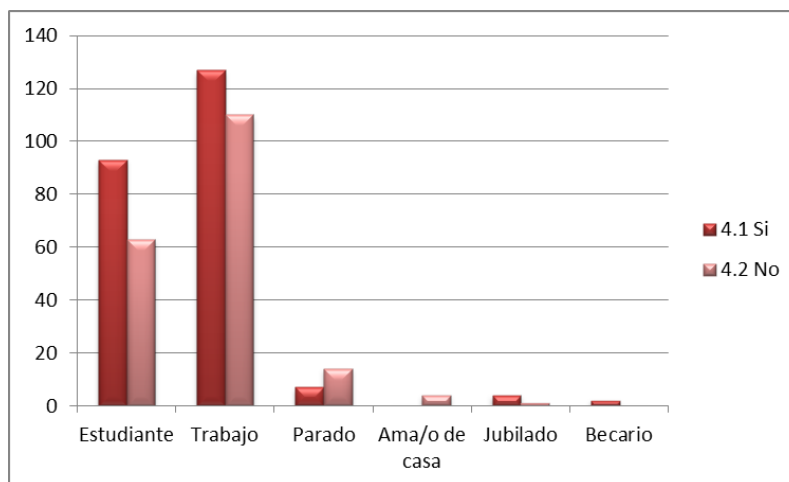


Gráfico 55 – Uso de redes o programas P2P (por actividad).

Redes P2P más utilizadas

Emule, el programa más mencionado considerando otras diversas variables, no aparece el primero entre aquellos que dijeron estar desempleados. En este grupo la red más popular es Shareaza, con 3 menciones frente a 2 menciones a Emule. Entre los estudiantes Emule es el más mencionado (40), por delante de μ Torrent (19) y Kazaa (5). Las personas que trabajan también prefieren Emule (65 menciones), aunque el número de personas que utiliza μ Torrent también sea considerable (47). Azureus (11), Limewire (10) y Kazaa (9) también fueron mencionados por personas de este grupo.

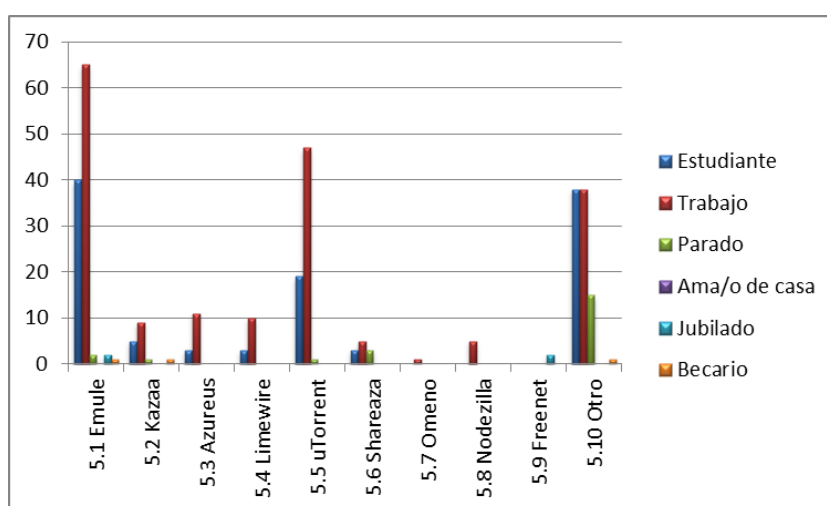


Gráfico 56 – Redes o programas P2P más utilizados (por actividad)

Tipos de archivos más descargados

Los tipos de contenido más descargados tampoco presentan alteración significativa en cuanto a la preferencia en relación a las otras variables observadas. La música sigue siendo el tipo de material más descargado considerando los resultados de la encuesta por actividad, tanto por los estudiantes como por trabajadores y desempleados. Entre los estudiantes, 133 personas afirman descargar música (aproximadamente el 91% del total de estudiantes que descargan archivos). El porcentaje de estudiantes que descargan películas es un poco inferior al de los que descargan música, quedando en aproximadamente un 74%. Los documentos sin especificar fueron mencionados por el 34,9% de las personas de este grupo, por encima de los libros (29,4%), de los archivos de software (28%) y de los juegos (15%). Otros tipos de archivos fueron mencionados por 5 encuestados.

Un 81,6% de los trabajadores que participaron en la encuesta descargan música desde Internet, un número proporcionalmente inferior al de estudiantes que descargan el mismo tipo de archivo. Las descargas de películas fueron mencionadas por el 73,3% de las personas de este grupo, número muy similar al observado entre los estudiantes.

El tercer tipo de archivo más descargado por las personas que dijeron estar trabajando son los programas informáticos o software. Aproximadamente un 46% de las personas de este grupo descargan software, un índice de descarga bastante por encima del verificado para este tipo de archivo entre los estudiantes. Los documentos sin especificar fueron mencionados por el 41,6% de los trabajadores, mientras que los libros y los juegos fueron mencionados por el 30% y 27,7%, respectivamente. El 8,8% de los trabajadores mencionaron también otros tipos de archivos.

Los desempleados siguen la misma pauta de descargas observada en los otros grupos. El 83,3% de las personas que se encuentran en esta situación dijeron descargar archivos de música y un 61,1% descargan películas. Los documentos sin especificar fueron mencionados por el 50% de las personas de este grupo. Estos tres tipos de archivos son los más descargados también por los estudiantes, siendo que entre los trabajadores los archivos de software ocupan la tercera posición en lugar de los documentos sin especificar. Los otros tipos de archivos más mencionados por los parados son los libros (7 menciones), software (6), otros tipos de archivo (3) y juegos (2).

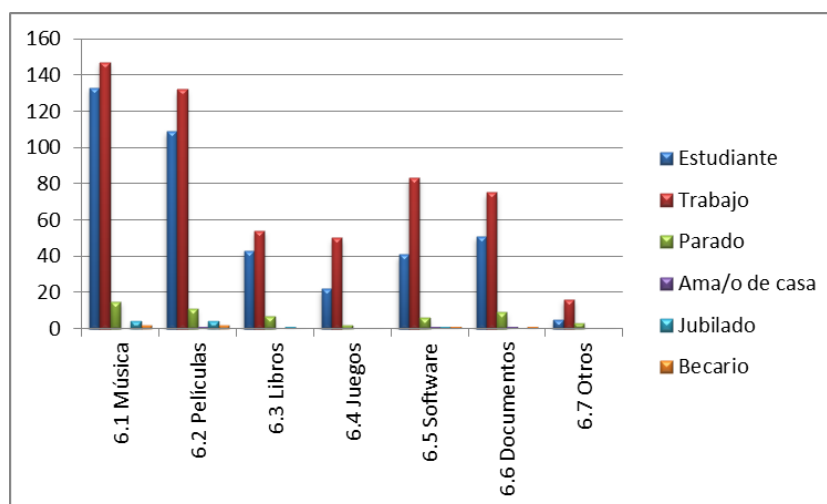


Gráfico 57 - tipos de archivos más descargados (por actividad).

Personas que mantienen blog o página web

Una cantidad considerable de los encuestados que dijeron estar estudiando mantiene un blog o pagina web personal (aproximadamente el 40%). Entre los trabajadores observamos números similares, con casi un 37% de las personas de este grupo manteniendo una página web. Este porcentaje decrece un poco entre las personas sin empleo (33,3%), pero aún puede ser considerado alto comparado a la media general de la población.

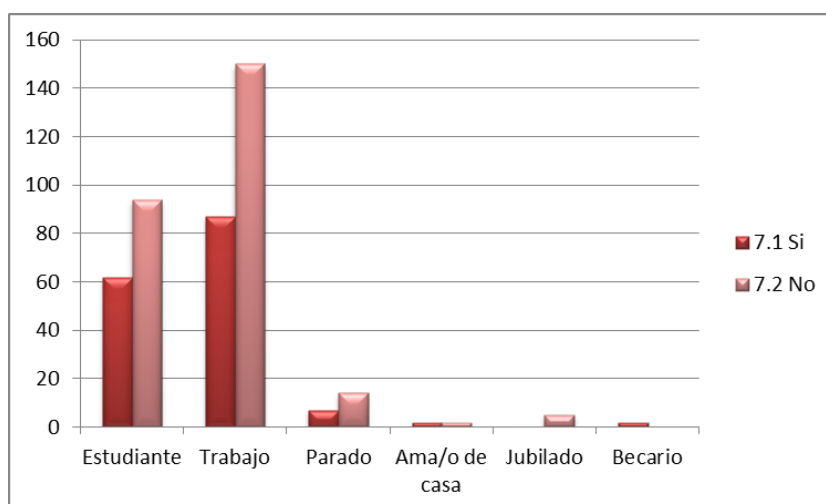


Gráfico 58 – personas que mantienen un blog o pagina web (por actividad).

Personas que trabajan o ejercen actividades vinculadas a Internet

Una parte sorprendentemente grande de los estudiantes dijo trabajar o ejercer alguna actividad relacionada a Internet o a las Nuevas Tecnologías (41%). Considerando que la definición de *alguna actividad* puede ser bastante amplia, muchos estudiantes pueden haber marcado esta opción sin relacionarla necesariamente con algún trabajo remunerado.

Entre los participantes de la encuesta que se definieron como trabajadores, un 57,3% dijeron trabajar o ejercer actividades relacionadas con Internet o con las nuevas tecnologías. Esta proporción seguramente no refleja la realidad del mercado laboral ni en Brasil ni en España (el índice de personas que trabajan con nuevas tecnologías en relación al conjunto de los trabajadores no puede ser superior al 50% en ninguno de estos dos países). Entre los parados, tenemos casi un 24% que dijo ejercer alguna actividad relacionada a las nuevas tecnologías.

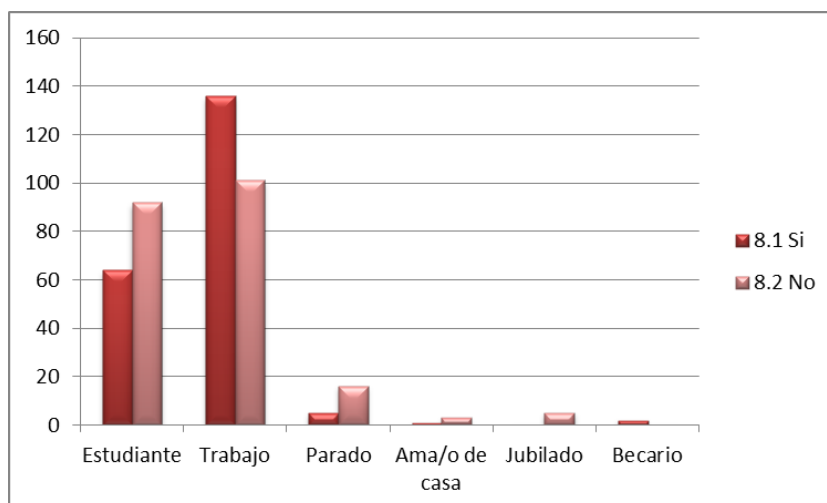


Gráfico 59 – personas que trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o Nuevas Tecnologías (por actividad).

Uso de redes sociales

La participación en redes sociales llega casi al 100% entre los estudiantes que participaron en la encuesta (96,7%). Los trabajadores también están en gran número en las redes sociales: 195 personas de este grupo (aproximadamente el 82% del total). Entre los parados el grado de participación en redes como Facebook o Tuenti es del 90,4%, cercano al porcentaje observado entre los estudiantes.

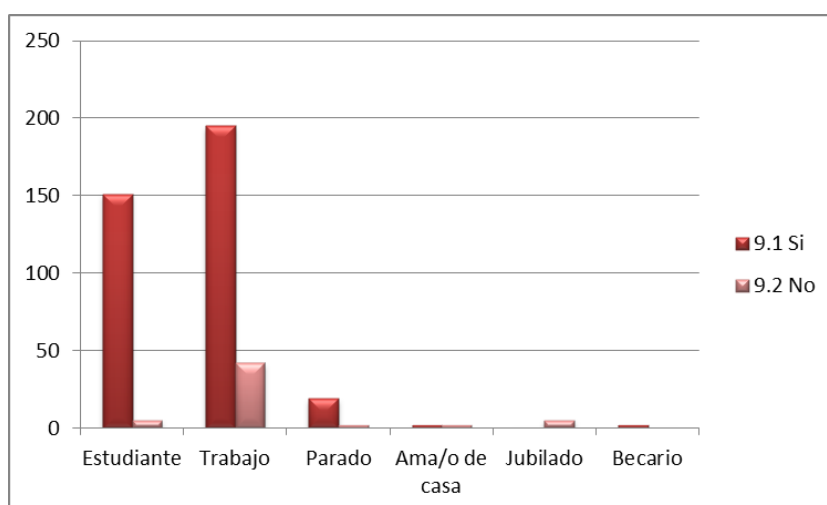


Gráfico 60 – personas que participan en alguna red social (por actividad).

Subida de contenidos

Los estudiantes que afirman subir contenido a Internet son un 96,1% del total de este grupo, porcentaje casi idéntico al de los que dijeron participar en redes sociales. Entre las personas que trabajan se observa la misma relación: aproximadamente un 82% dijeron subir contenidos, un número bastante cercano al 81% de personas de este grupo que participan en redes sociales. Los parados que declararon haber subido contenidos a la web suman un total de 80,9%.

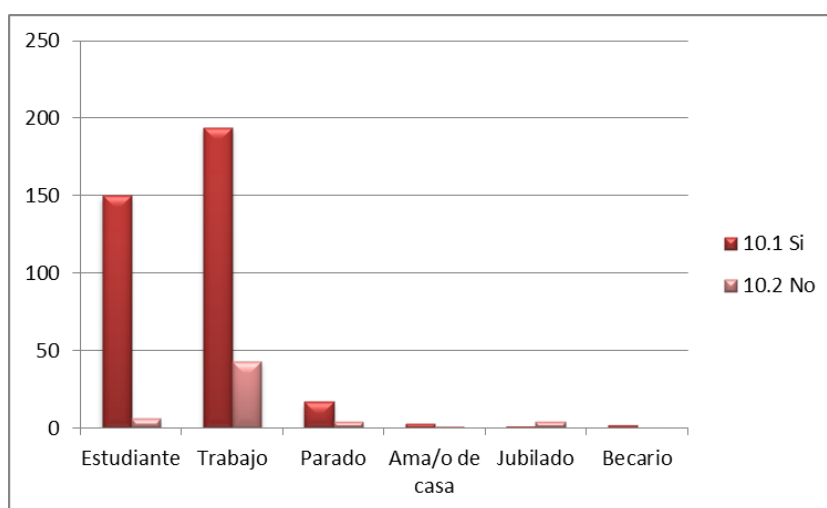


Gráfico 61 – subida de contenidos a Internet (por actividad).

Tipos de contenidos más subidos

Tanto entre los estudiantes como entre los trabajadores y los parados el tipo de contenido mas subido son fotos (147, 183 y 15 personas de cada grupo afirmaron subir este tipo de contenido, respectivamente). Los textos vienen después, con 107 menciones en el grupo de los estudiantes, 126 entre los trabajadores y 11 en el grupo de parados. Los vídeos aparecen en la tercera posición entre los contenidos subidos, con 77 menciones por parte de los estudiantes, 93 en el grupo de los trabajadores y 8 entre los parados. Otros tipos de contenidos tuvieron pocas menciones en todos los grupos.

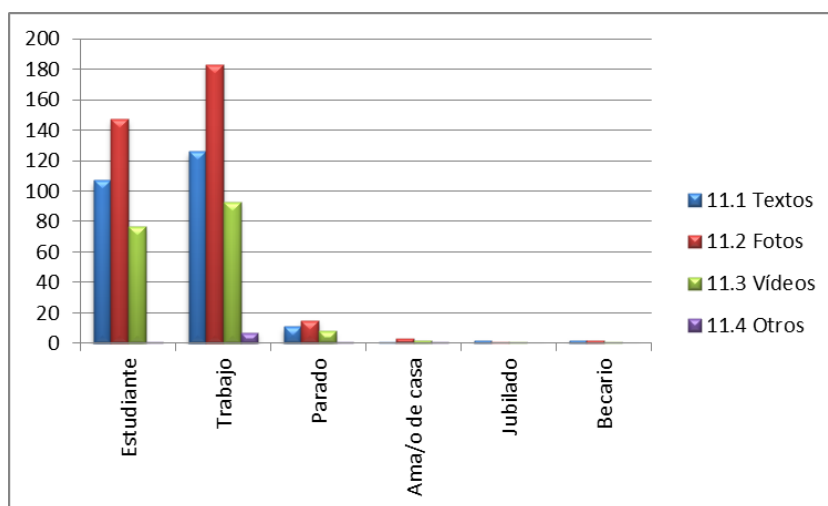


Gráfico 62 – tipos de contenidos subidos (por actividad).

Frecuencia de subida de archivos

La frecuencia de subida de archivos es diaria o semanal para aproximadamente un 55% de las personas del grupo de estudiantes. Entre los trabajadores predominan aquellos que suben archivos solo mensualmente o con poca frecuencia: aproximadamente el 53% de los encuestados de este grupo eligieron una de estas dos opciones. La baja frecuencia de subida de archivos es más acentuada todavía entre los parados. En este grupo, solo un 38,8% de los encuestados declaró subir archivos a diario o semanalmente.

En todo los grupos la opción poco frecuente tuvo más respuestas que la opción a diario (23% x 27% entre los estudiantes, 21,5% x 37,3% entre los trabajadores y 5,5% x 50% entre los parados).

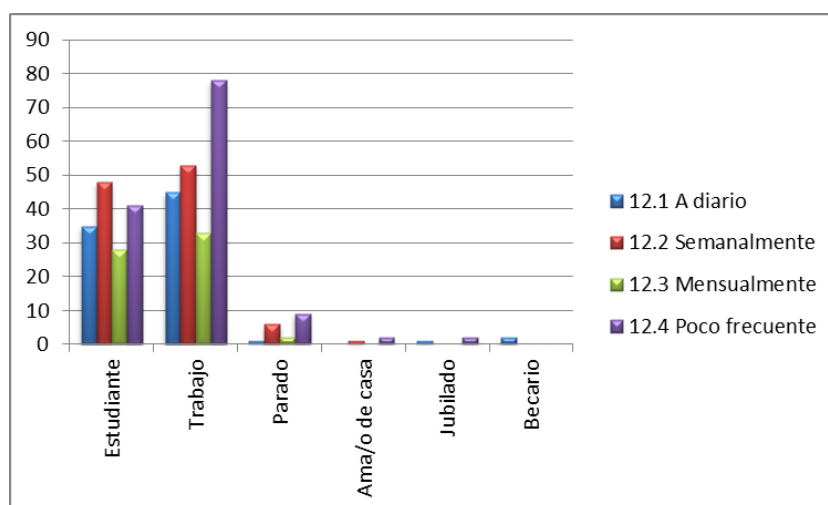


Gráfico 63 – Frecuencia de subida de contenidos a Internet (por actividad).

7.2.5. Resultados por usuarios de redes P2P

Tipos de redes más utilizadas

El programa o red más popular entre los usuarios de P2P es Emule o Edonkey, exactamente como en todas las variables observadas anteriormente. Un 47,5% de las personas que son usuarios de P2P mencionaron este programa, mientras que otro 27% dijeron utilizar uTorrent. El cuarto restante de los encuestados distribuye sus respuestas por diversos programas, entre los cuales los más mencionados son Kazaa (aproximadamente 7%), Azureus o Vuze (mismo porcentaje), Limewire (4,3%) y Soulseek (3,9%).

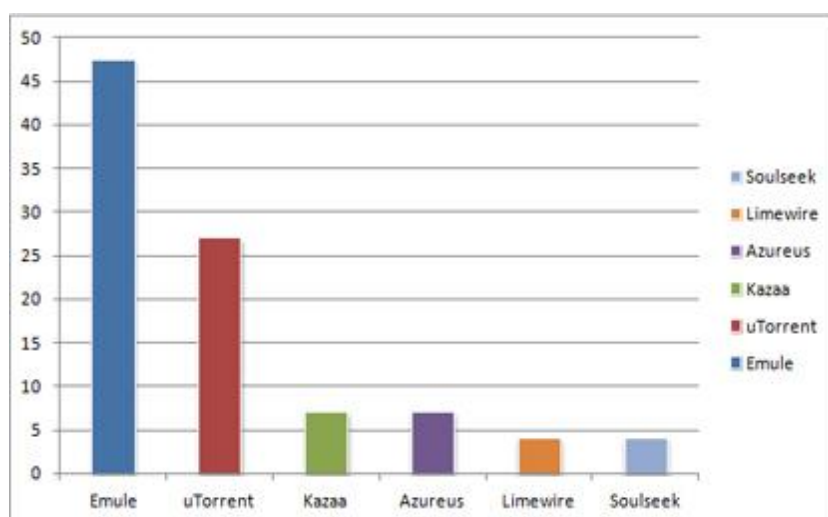


Gráfico 64 – Tipos de redes más utilizadas (por usuarios P2P).

Tipos de archivos más descargados

Los archivos más descargados por los usuarios de redes P2P son los de música, mencionados por aproximadamente el 82% de las personas. Las películas fueron el segundo tipo de archivo más descargado (el 73,7% de ellos descargan este tipo de archivo).

Muy por debajo de los archivos audiovisuales aparecen los archivos de software (el 28,8% de los usuarios de P2P descargan estos archivos), libros (22,7%), documentos sin especificar (20,5%) y juegos (15,7%).

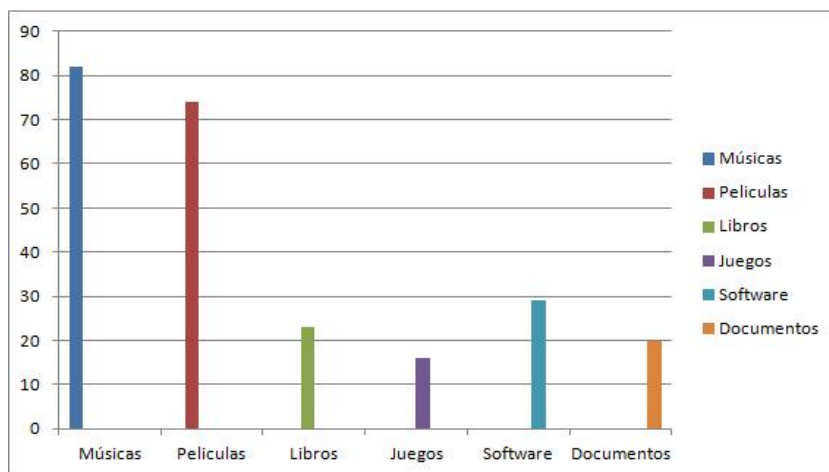


Gráfico 65 – Tipos de archivos más descargados (por usuarios P2P).

Personas que mantienen blog o página web

Entre los usuarios de redes P2P el índice de personas que mantiene un blog o página web personal es proporcionalmente un poco más elevado que la media general de los participantes de esta encuesta: aproximadamente un 40% de las personas de este grupo poseen una página web de algún tipo.

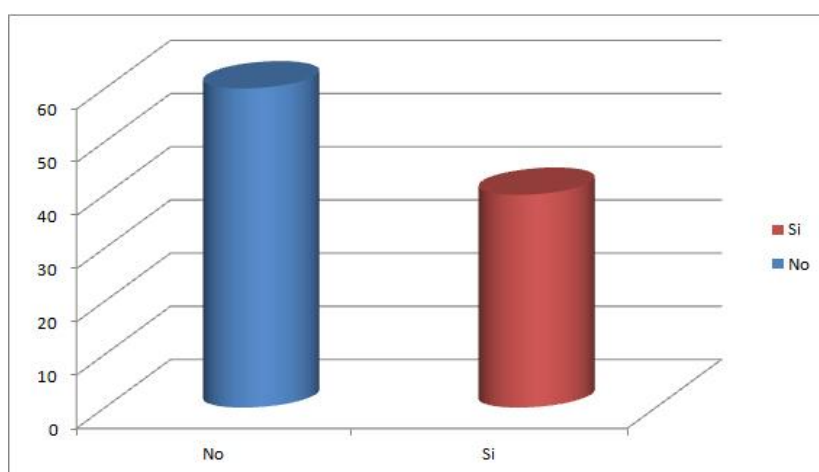


Gráfico 66 – Personas que mantienen blog o página web (por usuarios P2P)

Personas que trabajan o ejercen actividades vinculadas a Internet

En cuanto a las actividades vinculadas a Internet y nuevas tecnologías, aproximadamente un 46% de los usuarios de programas P2P han declarado ejercer alguna actividad de este tipo, porcentaje semejante al que se puede verificar entre el conjunto de todos los encuestados.

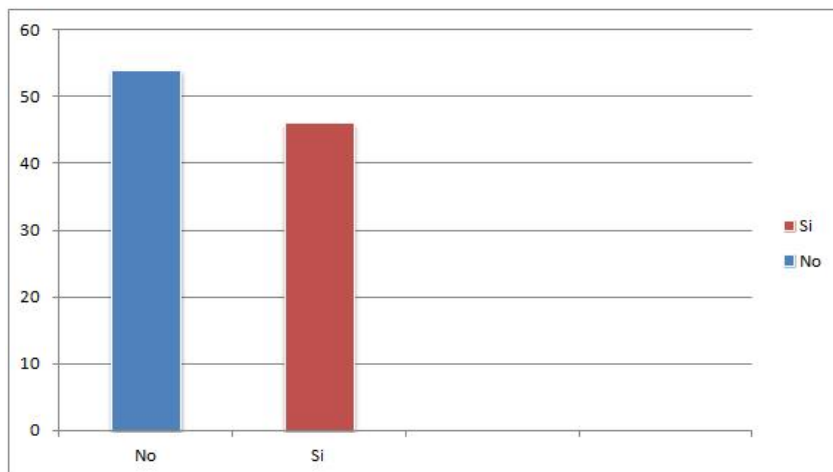


Gráfico 67 – Personas que trabajan o ejercen actividades vinculadas a Internet (por usuarios P2P).

Uso de redes sociales

El uso de las redes sociales como Facebook o Tuenti es bastante importante también entre aquellos que han declarado ser usuarios de programas P2P. Un 89% de las personas de este grupo tienen una cuenta en alguna red social, número un poco superior al que se puede constatar entre el total general de encuestados.

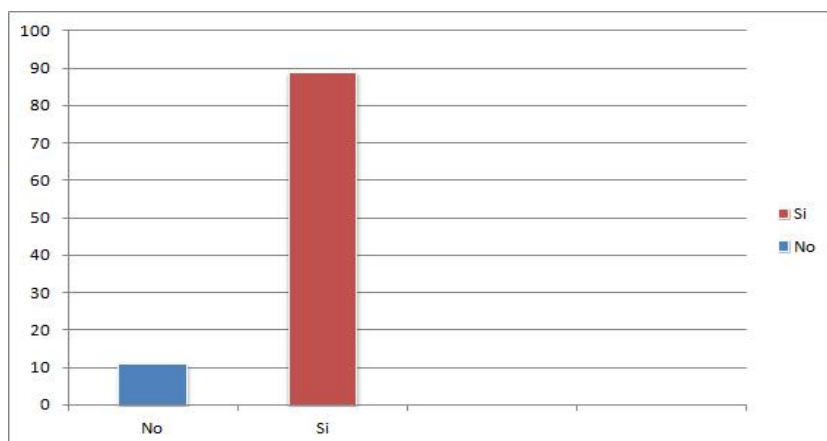


Gráfico 68 – Uso de redes sociales (por usuarios P2P).

Subida de contenidos

Gran parte de los usuarios de redes P2P sube contenidos a Internet. Aproximadamente el 87% de las personas de este grupo contestaron de forma afirmativa a esta pregunta, un número que más o menos coincide, así como en las demás variables verificadas, con el número de personas que dijo tener una cuenta en alguna red social.

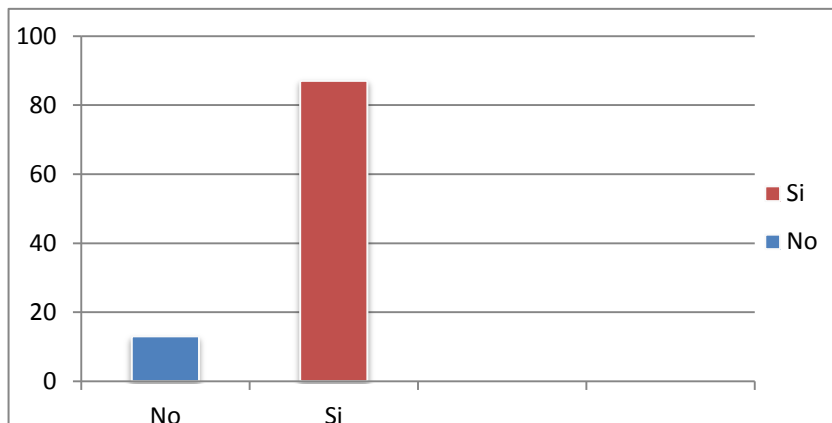


Gráfico 69 – Subida de contenidos (por usuarios P2P).

Tipos de contenidos más subidos

Las fotos son el tipo de archivo más subido por las personas que utilizan redes P2P. Aproximadamente un 82% de ellos han declarado haber subido alguna vez este tipo de archivo, porcentaje inferior al verificado entre todos los participantes de la encuesta. Los textos fueron mencionados por un 55,4% y los vídeos por aproximadamente el 45% de los usuarios de P2P.

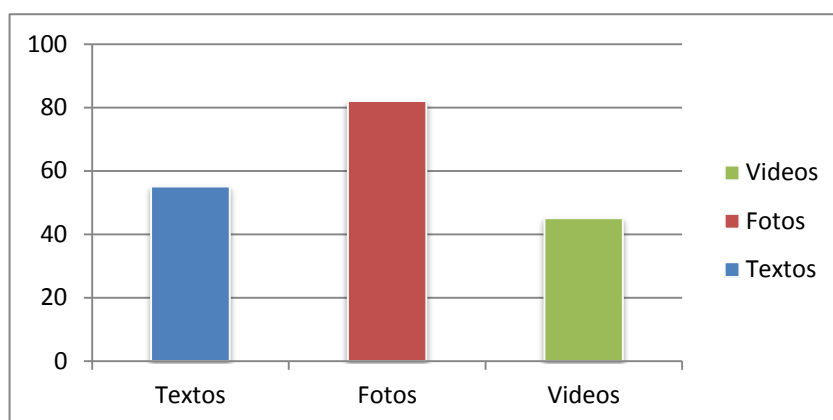


Gráfico 70 – Tipos de contenidos más subidos (por usuarios P2P).

Frecuencia de subida de archivos

Considerando las opciones a diario y semanalmente sumadas, tenemos aproximadamente un 59% de los usuarios de redes P2P que suben archivos por lo menos una vez por semana (el 26,6% lo hacen a diario y un 32,3% semanalmente). La opción mensualmente fue elegida por el 15,2% de las personas de este grupo y la opción poco frecuente fue marcada por aproximadamente un 25% de los

encuestados que usan programas P2P. Este porcentual es superior al de la media de los encuestados.

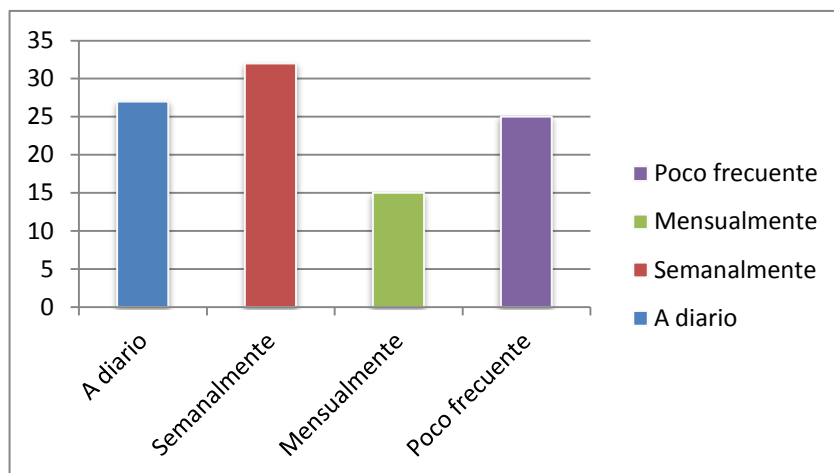


Gráfico 71 – Frecuencia de subida de archivos (por usuarios P2P).

Autoría de los contenidos

Aproximadamente el 55% de las personas declaró que los contenidos subidos habían sido creados por ellos, porcentaje prácticamente idéntico al observado en el conjunto total de los encuestados. Otro 35% dijo que solo una parte de los contenidos habían sido creados por ellos mismos, mientras que el restante 10% dijo que los contenidos subidos no eran de su autoría.

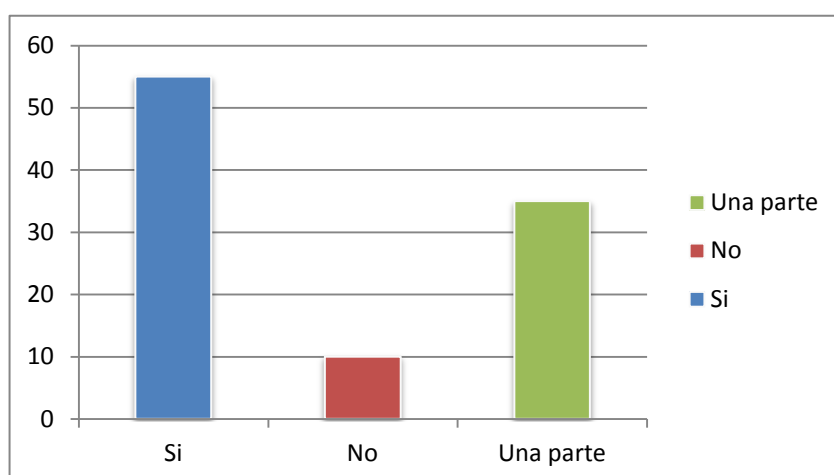


Gráfico 72 – Autoría de los contenidos (por usuarios P2P).

Destino de los archivos subidos

Las redes sociales son la plataforma de publicación más utilizada por los usuarios de redes P2P. Un 77,7% de las personas dijo haber publicado contenidos en alguna red social como Facebook o Tuenti. Las webs de video como Youtube también fueron mencionadas por una cantidad importante de usuarios de P2P (aproximadamente el 36%).

La opción Wikipedia, blog o web personal fue mencionada por aproximadamente un 23% de las personas que utilizan P2P.

Otra forma popular de publicación de contenidos son las páginas de fotos como Flickr: un 16% de los usuarios de P2P que participaron en la encuesta utilizan webs de este tipo para publicar contenidos. Finalmente, un 14% mencionaron los foros de Internet y un 8% las Webs de enlace, como Rapidshare o Easy share. Los resultados, de forma general, coinciden con aquellos verificados anteriormente entre todos los encuestados.

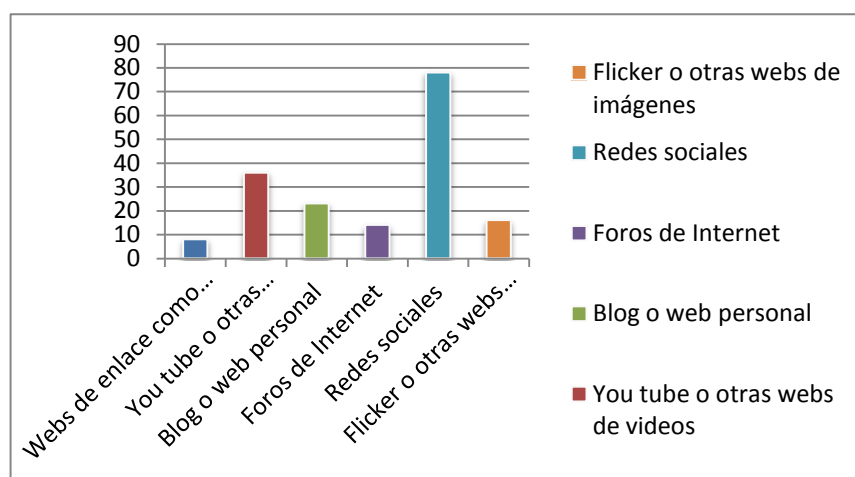


Gráfico 73 – Destino de los archivos subidos (por usuarios P2P).

Sexo

La mayor parte de los usuarios de programas o redes P2P que participaron de la encuesta (139, es decir, el 60,6% del total) es del sexo femenino, una proporción

bastante similar a aquella observada entre todos los participantes de la encuesta.

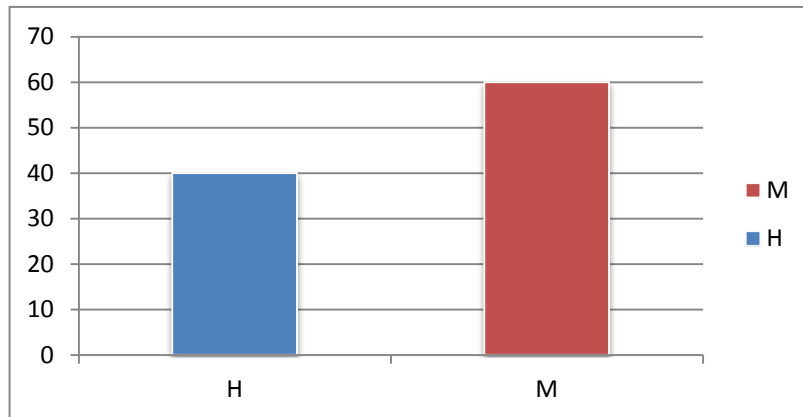


Gráfico 74 – Usuarios P2P (por sexo).

Edad

En cuanto a la edad, el principal grupo etario entre los usuarios de redes P2P es el de los que tienen entre 20 y 30 años, 130 personas o el 56,7% de los que han declarado utilizar P2P. El segundo grupo más numeroso es el de personas entre 30 y 40 años, con 50 miembros, aproximadamente el 22% del total. Los usuarios de P2P que tienen entre 40 y 60 años son 29, un 12,6% del total. Los adolescentes son 17 o aproximadamente el 7%. Finalmente, los mayores de 60 años son solamente 3, aproximadamente un 1% de los usuarios de P2P que participaron en la encuesta. Una vez más, estos datos coinciden con los que fueron observados entre todos los encuestados.

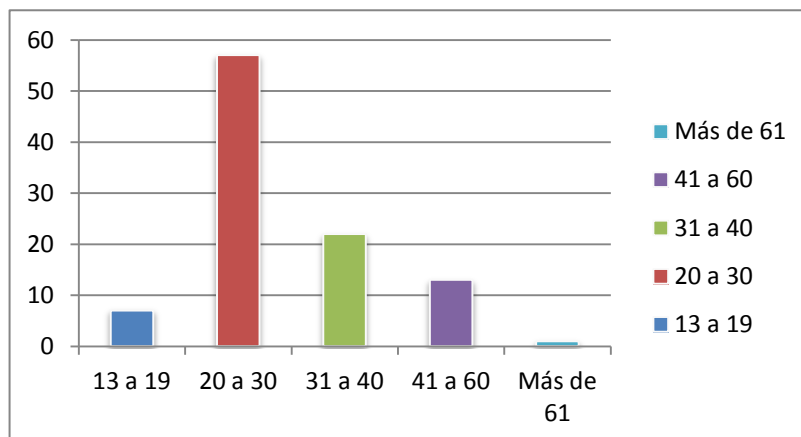


Gráfico 75 – Usuarios P2P (por edad).

Nacionalidad

La gran mayoría de los usuarios de P2P que participaron en la encuesta, casi 3/4 partes, es de nacionalidad española (173 personas o un 75,5% del total). Los brasileños son el segundo grupo más numeroso, con 37 personas o aproximadamente el 16% de los usuarios de redes P2P que participaron en la encuesta. Los que dijeron ser latinoamericanos sin especificar la nacionalidad suman 15 personas, un 6,5%. 3 personas declararon ser europeos (de nacionalidad distinta a la española) y 1 persona señaló la nacionalidad norteamericana. En cuanto a la nacionalidad, los porcentajes obtenidos en el análisis de los usuarios de P2P son muy similares al de la muestra general.

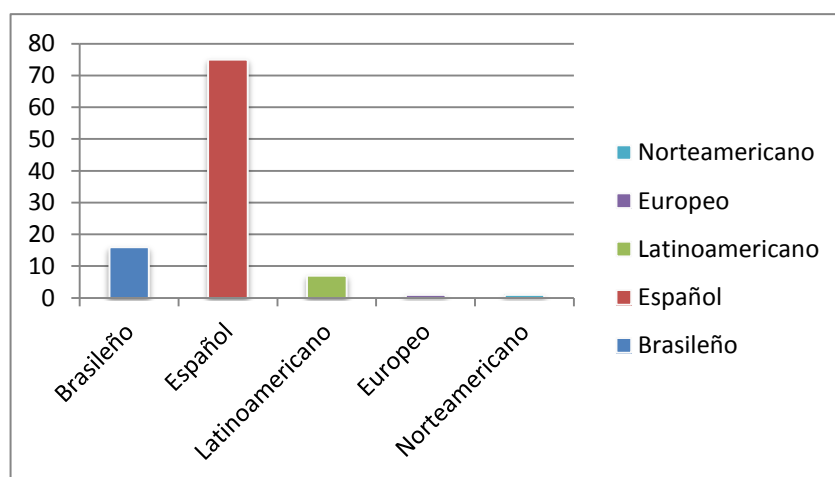


Gráfico 76 – Usuarios P2P (por nacionalidad).

Escolaridad

Las personas que estudiaron en la universidad son la mayoría entre los usuarios de P2P que contestaron al cuestionario (152 personas, el 66%). El segundo grupo más numeroso es el de nivel de postgrado, sumando 44 personas o aproximadamente el 19%. Tenemos, por lo tanto, aproximadamente un 85% de personas con nivel superior de educación.

Entre los usuarios de P2P no hay ninguna persona que declarara tener solamente estudios equivalentes a primaria. El grupo de secundaria está formado por solo 5 individuos,

poco más del 2% de los usuarios de P2P participantes en la encuesta. Los que dijeron haber llegado al bachillerato son 9, aproximadamente un 4% del total. Finalmente, el grupo de los que accedieron a la formación profesional es de 17 individuos, poco más del 7% de los usuarios de P2P. Los números coinciden con aquellos que fueron encontrados teniendo en cuenta a todos los encuestados.

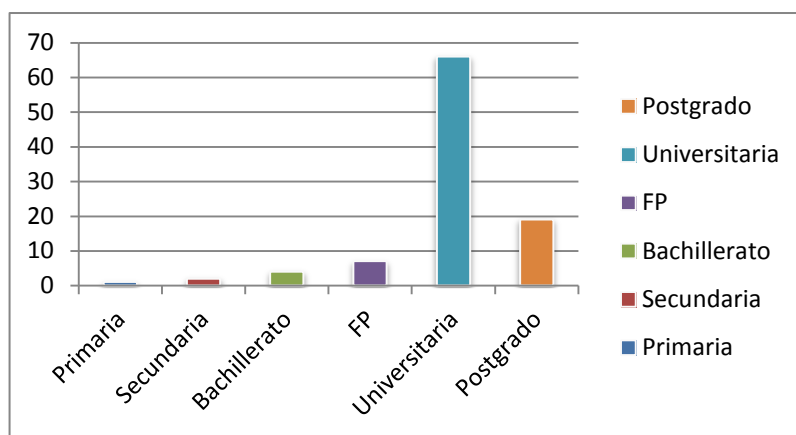


Gráfico 77 – Usuarios P2P (por escolaridad).

Actividad

Los usuarios de programas P2P participantes en la encuesta están actualmente trabajando (aproximadamente el 54%) o estudiando (un 42% de los encuestados) en su mayoría. El número de jubilados (4 personas) y parados (7 personas) es bastante bajo. El porcentaje de estudiantes entre los usuarios de P2P es ligeramente mayor que entre el total de encuestados.

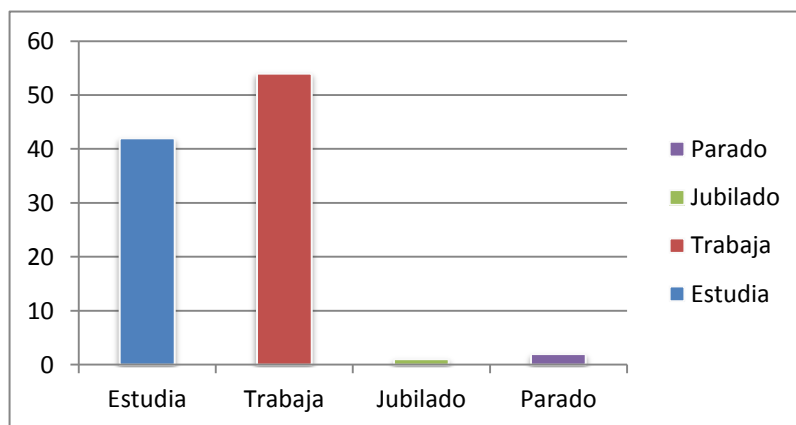


Gráfico 78 – Usuarios P2P (por actividad).

CAPITULO VIII - CONCLUSIONES

Consideraciones sobre los datos obtenidos en la encuesta

Por medio del análisis de los datos sobre subida de contenidos podemos concluir que las fotos son el tipo de contenido más subido por los participantes de la encuesta de una manera general. Considerándose las variables sexo, edad, escolaridad, nacionalidad, actividad y uso de redes P2P, también las fotos siguen siendo el tipo de contenido más subido.

El aumento del número de dispositivos de captura de imágenes, como cámaras fotográficas, webcams y teléfonos de última generación, además de la caída de precios de estos dispositivos y de su consiguiente popularización, hizo que la cantidad de imágenes digitales disponibles aumentase mucho. De esta forma los contenidos publicados por los usuarios se diversifican, dejando de ser mayoritariamente textuales.

El principal destino de las imágenes, textos y videos subidos son las redes sociales y los demás espacios de la llamada web 2.0, como Youtube, Flickr, etc. Estas plataformas de publicación y distribución de contenidos han posibilitando que una gran cantidad de usuarios pudiesen mantener un espacio de publicación en Internet, aunque no tuviesen ningún conocimiento sobre edición de páginas web o transferencia de archivos.

Las redes sociales, además de funcionar como un espacio que permite la publicación de todo tipo de contenidos con relativa facilidad, también propician una forma fácil de que estos contenidos lleguen a un público lector, una audiencia. Todas las publicaciones hechas por los usuarios aparecen automáticamente en la página web de las personas a las cuales el usuario concede el status de amigo.

Esta audiencia en principio está limitada al círculo de "amigos", pero puede expandirse rápidamente y de forma

considerable. Cuando un asunto se extiende rápidamente por las redes sociales hablamos de "viralidad", en una analogía con la manera como las enfermedades causadas por virus se propagan. Muchas veces los virales apenas repiten pautas de los medios de comunicación tradicionales, pero otras veces los virales son resultado de la publicación de contenidos originales por parte de los propios usuarios de las redes sociales.

La frecuencia de publicación de contenidos es más alta cuanto más jóvenes son los usuarios. El mayor tiempo libre de que disponen las personas más jóvenes puede ser una de las explicaciones para esta diferencia con relación a los grupos etarios mayores. Sin embargo, entre las personas que se encuentran en paro la frecuencia de publicación de contenidos nos es más alta que entre los demás grupos. La familiaridad con las nuevas tecnologías y con los usos de éstas propuestos por la Cibercultura, expresados en la lógica de funcionamiento de las webs 2.0, tal vez pueda explicar mejor estos datos. Los más jóvenes explotan las posibilidades de la comunicación en red de manera más efectiva que las personas que no son "nativas digitales".

Más personas han declarado subir contenidos que aquellas que dijeron descargarlos. Estos datos nos hacen pensar en la relación entre productores y consumidores de información en Internet. Pese a las características del medio, que permite la difusión de contenidos casi con la misma facilidad con la que se puede consumirlos, se suele pensar que hay una disparidad entre los productores y los consumidores de información en la red. De la misma manera que existe una menor cantidad de escritores que de lectores de libros, también sería natural que hubiera menos personas dispuestas a subir contenidos que a bajarlos. Sin embargo, los números recogidos por esta encuesta no confirman este planteamiento.

Los contenidos subidos por los usuarios han sido, en su mayoría, contenidos creados por ellos mismos. Este dato probablemente no nos permite afirmar que la industria de

contenidos y su producción y distribución de películas, música y libros es prescindible en el contexto de Internet y de las comunicaciones por red, pero si nos permite pensar que su supervivencia no es una cuestión de vida o muerte para el futuro de la producción y distribución de información y productos culturales.

Es perfectamente posible que la producción cultural siga teniendo lugar aunque no sea amparada por la industria, sea ella profesional, como ocurre en diversos blogs, redes sociales y webs como Youtube, o amateur, como vemos en estos mismos lugares. La pérdida de importancia que las editoriales, las fonográficas y otras empresas de este tipo sufren actualmente no deriva solo de la caída de sus ventas sino que también tiene mucho que ver la emergencia de un nuevo modelo de producción y distribución cultural que prescinde de intermediarios, basado en el uso de las redes de ordenadores de forma participativa y colaborativa.

Muchos de los encuestados trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet y las nuevas tecnologías. La proporción de personas que ejercen este tipo de actividad laboral en el contexto de la sociedad en general no aparece en ninguna investigación a la cual hemos tenido acceso, pero no parece razonable creer que llegue a superar el 50%, como ocurre entre las personas que participaron en esta encuesta.

El alto grado de familiaridad con las nuevas tecnologías que está implícito en las personas que mantienen una relación profesional con Internet no significa que los usos que estas personas hacen de la Red sean aquellos que buscamos identificar en este trabajo, basados en las propuestas de la Cultura Hacker y de la Cibercultura. Sin embargo, como queda evidenciado en el caso de los nativos digitales, conocer mejor Internet es casi sinónimo de utilizarla como un medio de difusión y construcción colectiva de conocimiento.

Internet puede ser utilizada como una plataforma de distribución de contenidos e información por todos aquellos que tienen acceso a la Red. Los medios de comunicación de masa anteriores, como la televisión y la radio solo funcionaban como transmisores de contenido unidireccional, impidiendo, por sus características técnicas y por la manera como se explotaban sus recursos, que las personas que no tuviesen una estación de radio o de televisión pudiesen emitir cualquier contenido.

Actualmente los usuarios de Internet pueden usar la Red como plataforma de publicación y distribución de contenidos con mucha más facilidad que hace diez años gracias al aumento del número de webs de publicación y almacenamiento de archivos. Una gran parte del contenido producido y distribuido por usuarios de forma espontanea en la Red está albergado en los blogs y en webs del tipo wiki. Estas webs propician el intercambio de información entre los usuarios de forma directa, sin la necesidad de intermediarios y editores.

Consideramos que mantener un blog o contribuir con Wikipedia, editando o escribiendo textos, es un índice de utilización de la Red en los moldes propuestos por la Cultura Digital. El número de personas que declaró mantener un blog o pagina web en esta encuesta supera la media verificada en otras investigaciones. Entre los jóvenes y entre las personas con un nivel educacional alto los números son todavía más relevantes, lo que refuerza la idea de que la participación activa en Internet varía según el nivel educacional y la edad.

Por lo que respecta a las descargas de archivos, los contenidos descargados por los usuarios son en su mayoría audiovisuales, como películas y música. En todas las variables observadas encontramos el mismo patrón, con los archivos de audio apareciendo como los más descargados, seguidos por las películas.

Se puede argumentar que los contenidos descargados son más complejos que los contenidos subidos por los usuarios,

en su mayoría fotos y textos. Sin embargo, la difusión de plataformas de publicación de contenidos audiovisuales, así como la popularización de los recursos técnicos necesarios para la producción de este tipo de archivos, puede generar un aumento en el número de contenidos de esta índole publicados por los propios usuarios, siguiendo el ejemplo de lo que se observa actualmente con los contenidos fotográficos.

La frecuencia de descarga de archivos es semejante a la frecuencia de subida de archivos. La mayor parte de las personas que participaron de la encuesta afirmaron descargar algún tipo de archivo por lo menos una vez a la semana. También se puede observar un incremento en la frecuencia de descargas vinculado a la edad y al sexo: los jóvenes descargan más archivos que los adultos, de la misma manera que también suben más archivos que aquellos, y los hombres descargan más archivos que las mujeres, aunque no superan a éstas en la cantidad de archivos publicados. De todas formas, los números recogidos en esta investigación parecen demostrar que las descargas de archivos están más relacionadas con una manera de utilizar Internet, basada en los principios de la libre circulación de información, que con el deseo de apropiarse de contenidos producidos por terceros sin ofrecer nada a cambio.

Consideraciones sobre los datos obtenidos entre los usuarios de redes P2P

La mayor parte de los encuestados son usuarios de programas P2P. El alto grado de participación de personas con este perfil probablemente se debe al direccionamiento de la encuesta, que fue pensada para este público específico, y divulgada en espacios como blogs y grupos de discusión especialmente volcados en el tema del intercambio de archivos. Entre los usuarios de Internet en general probablemente el porcentaje de utilización de estas redes no alcanza los más de 50% verificados aquí, aunque no hemos encontrado ninguna investigación que pudiera confirmar esta hipótesis.

Considerándose todas las variables, el programa o red más utilizado siempre es Emule o Edonkey, una red P2P surgida en el año 2002 y que cuenta con una base de usuarios de aproximadamente 10 millones de usuarios en todo mundo. Las redes P2P que utilizan el protocolo BitTorrent, consideradas actualmente las más populares y que cuentan con la mayor base de usuarios, aparecen en la segunda posición, representadas por el programa de intercambio de archivos µTorrent.

Consideraciones finales y perspectivas para el futuro

Las características socio-demográficas de los usuarios de redes P2P identificados en esta investigación, como sexo, edad, nacionalidad y escolaridad, no difieren de forma significativa de las características observadas entre los encuestados en general. El uso de redes sociales y de herramientas de publicación como blogs es más acentuado entre los usuarios de redes P2P que entre los encuestados de una manera general, pero la diferencia no es demasiado grande. Otros indicadores de participación activa en la Red, como la frecuencia de subida de archivos, también difieren ligeramente a favor de los usuarios de P2P cuando comparados a la muestra general, pero la diferencia no llega al 10%.

Sin embargo, cuando comparamos los datos obtenidos entre el conjunto de personas que participaron en la encuesta con algunos datos extraídos de otras investigaciones con usuarios de Internet, como el informe Navegantes en la Red 2012, observamos que el índice de participación en redes sociales, el número de personas que poseen blog o pagina web personal y la cantidad de personas que han aportado algún contenido a la web es superior entre los participantes de esta encuesta.

Si consideramos los resultados de la encuesta como un todo, podemos afirmar que las personas que respondieron al cuestionario utilizan Internet de una manera más activa y participativa que los usuarios de Internet en general,

subiendo y descargando contenidos con más frecuencia, manteniendo webs y blogs personales en mayor cantidad y participando en redes sociales y en las webs de la Internet 2.0, como YouTube, Flickr y la Wikipedia.

Esta manera de utilizar la Red está en consonancia con los principios de la Cibercultura o Cultura Digital (libre circulación de la información, comunicación horizontal y construcción colectiva del conocimiento) y puede ser entendida como alternativa al modelo propuesto por las industrias de contenido, que prefieren una Internet en la cual los usuarios se comportan exclusivamente como consumidores de información y productos, ejerciendo para este fin un control directo sobre la circulación de la información en la Red, por medio del endurecimiento de la legislación sobre derechos de autor.

Este tipo de uso de Internet parece estar directamente vinculado a un mayor grado de familiaridad con la Red, con un nivel alto de "alfabetismo digital", que se puede observar especialmente entre los usuarios más jóvenes y entre aquellos que están acostumbrados a utilizar ciertas plataformas, como las redes sociales, las webs 2.0 y los programas de intercambio de archivos.

Las descargas de archivo en Internet son un fenómeno entendido por algunos sectores como "piratería" o simplemente robo de propiedad intelectual. Pero si observamos esta práctica desde otra lógica de uso de la Red, distinta a aquella propugnada por los defensores de una Internet en que la preservación de los Derechos de Autor está por encima de cualquier otro valor, podemos concluir que las descargas de archivos son un aspecto más de una manera de estar en la Red en la cual predomina la libre circulación de la información, el intercambio entre pares y la cooperación para la construcción colectiva del conocimiento. Esta es la propuesta de uso de la Red defendida por aquello que Pierre Levy denomina "el movimiento social de la Cibercultura".

En esta tesis sosteníamos como hipótesis principal que los usuarios de programas P2P utilizan la Red según los preceptos de la Cibercultura. Por medio de los datos recogidos en la encuesta, que buscaba medir el grado de participación de los encuestados en la Red, fue posible observar que estos efectivamente son más participativos que los usuarios de Internet en general. Estos datos cuantitativos demuestran que los usuarios de redes P2P no son solo "ladrones de contenidos", porque también aportan información y datos a la Red. Son más bien personas que aportan su contribución para la construcción colectiva del conocimiento en Internet, un aspecto que les vincula a la Cultura Digital o Cibercultura.

Los resultados de la encuesta nos permiten afirmar también que ésta no es una característica exclusiva de los usuarios de programas de intercambio de archivos. Tratase de un modo de uso de Internet más bien característico de los usuarios experimentados de la Red y de los llamados "nativos digitales". Estas personas, acostumbradas a la lógica de la comunicación en red, nacidas en una época en que este tipo de tecnología ya está bastante difundida, son usuarios más activos que las personas de otras generaciones, acostumbradas al modelo de comunicación unidireccional en el cual solo hay un emisor para una amplia audiencia.

El hecho de que exista una diferencia en las formas de uso de Internet vinculada a la edad de los usuarios, y no solamente al uso de determinados tipos de programas o dispositivos, parece señalar que la tendencia para el futuro es que los tipos de uso de la Red propuestos por la Cibercultura o Cultura Digital prevalezcan en Internet. El cambio en la manera como la sociedad produce y consume información y cultura parece ser irreversible, porque las nuevas generaciones sostienen estas nuevas prácticas. Se esta tendencia observada en esta investigación se confirmar, la estrategia de criminalización de las descargas de contenido por medio de un endurecimiento de las legislaciones de Derechos de Autor, adoptada por la

industria de contenidos, estará destinada al fracaso, pese al gran poder económico y político de que disponen estas empresas actualmente.

BIBLIOGRAFIA

- ÁLVAREZ-CAMPANA, M., BERROCAL, J., VIDAL, F., LEAL, R., MARTÍNEZ, I. & GALLO, E. (2009). *Tecnologías de Banda Ancha y Convergencia de Redes*. Madrid, España: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- ALVES, N. A. (2008). Perfis dos utilizadores da Internet em Portugal. *Análise Social*, XLIII (3.º), 603-625.
- ARONOWITZ, S. (1998). *Tecnociencia y cibercultura: la interrelación entre cultura, tecnología y ciencia*. Barcelona, España: Paidós.
- BAKARDJIEVA, M. (2005). *Internet society*. London, England: Sage.
- BERNERS-LEE, T. (2000). *Tejiendo la red*. Madrid, España: Siglo XXI.
- BODÊ, E. C. (2008). *Preservação de documentos digitais: o papel dos formatos de arquivo*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil.
- BOLLIER, D. (2008). *Viral spiral: how the commoners built a digital republic of their own*. New York, USA: The New Press.
- BONILLA-CASTRO, E.; & SHEK, P. (1997). *Más allá del dilema de los métodos: la investigación en ciencias sociales*. Bogotá, Colombia: Uniandes.
- BOYLE, J. (2008). *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind*. London, England: Yale University Press.
- BRIAN, L., NICHOLAS, P., DOUGLAS, S., & BELL, D. J. (2003). *Cyberculture: The Key Concepts*. London, England: Routledge.
- BRIGGS, A., & BURKE, P. (2002). *De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación*. Madrid, España: Santillana.
- BUSTAMANTE, E. (coordinador). (2002). *Comunicación y cultura en la era digital: Industria, mercados y diversidad en España*. Barcelona, España: Gedisa.
- CALVI, J. (2004). *Los sistemas de intercambio de usuario a usuario (P2P) en Internet. Análisis de una lógica de distribución, intercambio y reproducción de productos culturales*. Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- CAS, M. (1999). The Single-Issue Party Thesis: Extreme Right Parties and the Immigration Issue. *West European Politics*, 22, vol. 3, 182-197.
- CASTELLS, M. (2002). *La galaxia Internet*. Barcelona, España: Rosa dels vents.

- CASTELLS, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid, España: Alianza editorial.
- COHEN, L. & MANION, L. (1990). *Métodos de investigación educativa*. Madrid, España: La muralla.
- CORBETTA, P. (2010). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- DERY, M. (1998). *Velocidad de escape: la cibercultura en el final del siglo*. Madrid, España: Ediciones Siruela.
- FERNÁNDEZ-MOLINA, J. C. (2003). Protección tecnológica y contractual de las obras con derecho de autor: ¿Hacia una privatización del acceso a la información? *Ciência da informação*, 2, vol. 32, 54-63.
- FERRANDO, M., & IBAÑEZ, J. & ALVIRA, F. (2000). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid, España: Alianza.
- FISK, N. W. (2009). *Understanding Online Piracy: The Truth about Illegal File Sharing*. Santa Barbara, USA: Praeger.
- GALINDO, J. (2006). *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*. Toluca, Mexico: Conaculta e Instituto Mexiquense de Cultura.
- GOMBRICH, E. (2007). *Historia del arte*. Madrid, España: Debate.
- HAUNSSS, S. (2011). The Politicisation of Intellectual Property: IP Conflicts and Social Change. *The Wipo journal*, 1, vol. 3, 129-138.
- HOFFMAN, E. (1980). *Spanish Crown and the Defense of the Caribbean, 1535-1585*. Baton Rouge, USA: Louisiana State University Press.
- JOHNS, A. (2009). *Piracy: The Intellectual Property Wars from Gutenberg to Gates*. Chicago, USA: The university of chicago Press.
- KELTY, M. (2008). *Two bits: the cultural significance of free software*. Durham, USA: Duke University Press.
- KERCHOVE, D. (1999). *Inteligencias en conexión*. Barcelona, España: Gedisa.
- KNOPPER, S. (2009). *Appetite for Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age*. New York, USA: Free Press.
- LATORRE, A., RINCÓN, D. & ARNAL, J. (2003). *Bases Metodológicas de la Investigación Educativa*. Barcelona, España: Experiencia S.L.
- LECHTALER, A., & FUSARIO, R. (1999). *Teleinformática para ingenieros en sistemas de información*. Barcelona, España: Editorial Reverté.

- LEMOS, A. (2004). Cibercultura, cultura e identidade: em direção a uma cultura "copyleft". *Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura*, 2, vol. 2, 09-22.
- LESSIG, L. (1999). *El código y otras leyes del ciberespacio*. Madrid, España: Santillana.
- LESSIG, L. (2005). *Por una cultura libre: como los grandes grupos de comunicación utilizan la tecnología y la ley para clausurar la cultura y controlar la creatividad*. Madrid, España: Traficante de sueños.
- LEVY, P. (1996). *O que é o virtual?* São Paulo, Brasil: Editora 34.
- LEVY, P. (1997). *Cibercultura*. São Paulo, Brasil: Editora 34.
- LEVY, S. (1984). *Hackers: Heroes of the computer revolution*. New York, USA: Dell publishing.
- LITMAN, J. (2006). *Digital Copyright*. Amherst, USA: Prometheus Books.
- LOZANO, J. (1993). Prólogo en *La galaxia Gutenberg*. Barcelona, España: Círculo de lectores.
- MARQUEZ, I. (2010). 'Música en la nube'. Experiencias musicales interactivas en la Red. *Revista Telos*, 83.
- MARTÍN, F. (2002). *Perspectiva cualitativa / perspectiva cuantitativa en la metodología sociológica*. Mexico DF, Mexico: Mc Graw Hill.
- MARTINEZ, A. G. (2003). *Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas*. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.
- MCLEOD, K. (2005). *Freedom of expression*. New York, USA: Doubleday.
- MCLUHAN, M. (1993). *La galaxia Gutenberg*. Barcelona, España: Círculo de lectores.
- MENN, J. (2003). *All the Rave: The Rise and Fall of Shawn Fanning's Napster*. New York, USA: Crown Publishers.
- MORINEAU, M. (2004). *Una introducción al Common law*. México, D.F., México: Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.
- NEGROPONTE, N. (1999). *El mundo digital*. Barcelona, España: Ediciones B.
- SHIRKY, C. *Listening To Napster*. In: ORAM, A. (Ed.). (2001). *Peer to peer: Harnessing the Power of Disruptive Technologies*. Sebastopol, USA: O'Reilly Media.
- PROPP, V. (2001). *Morfologia do conto maravilhoso*. Brasília, Brasil: CopyMarket.com.

- RHEINGOLD, H. (1994). *Realidad virtual*. Barcelona, España: Gedisa.
- RHEINGOLD, H. (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona, España: Gedisa.
- SIERRA BRAVO, R. (1988). *Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Madrid, España: Paraninfo.
- SILVER, D., MASSARINI, A., & JONES, S. (2006). *Critical Cyberculture Studies*. New York, USA: NYU Press.
- STALLMAN, M. (2004). *Software libre para una sociedad libre*. Madrid, España: Traficantes de Sueños.
- TAPIAS, P. (2003). *Internautas y naufragos: la búsqueda del sentido en la cultura digital*. Madrid, España: Editorial Trotta.
- TERRANOVA, T. (2004). *Network culture: politics for the information age*. London, England: Pluto Press.
- TORRENT, M. (2006). Activismo copyleft: liberar los códigos de la producción tecnopolítica. En Varios autores, *Copyleft: manual de uso* (pp. 159-191). Madrid, España: Traficantes de Sueños.
- TURKLE, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York, USA: Simon & Schuster.
- WANG, W. (2004). *Steal This File Sharing Book: What They Won't Tell You About File Sharing*. San Francisco, USA: No Starch Press.
- WASKO, J. (2005). Industrias culturales globales: nuevas estrategias, viejas motivaciones. *Anuario Ininco*, 2, vol. 17, p.88-113.
- XALABARDER, R. (2005). Copyright y derecho de autor: ¿convergencia internacional en un mundo digital? *Revista de Internet, derecho y política*, 1, p.2-6.
- ZAMORA, J. (2006). Contradicciones de la globalización: surgimiento del copyleft. *Revista Telemática de Filosofía del Derecho*, 10, p.141-174.

WEBGRAFÍA

- AGARWAL, G., SHAH, R., & WALRAND, J. (2001). *Content Distribution Architecture using Network Layer Anycast*. Disponible en <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.130.3794&rep=rep1&type=pdf>.
- BARCELOS, M. & GASPARY, L. (2006). *Segurança em Redes P2P: Princípios, Tecnologias e Desafios*. Disponible en https://disciplinas.dcc.ufba.br/pub/MAT570FG/LivroseArtigos/p2p_sbrc2006_C5.pdf.
- BAUWENS, M. (2005). *P2P and human evolution: peer to peer as the premise of a new mode of civilization*. Disponible en http://www.networkcultures.org/weblog/archives/P2P_essay.pdf.
- BAUWENS, M. (2005). *The Political Economy of Peer Production*. Disponible en <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=499>.
- BERNERS-LEE, T. (1996). *The world wide web: past, present and future*. Disponible en <http://www.w3.org/People/Berners-Lee/1996/ppf.html>.
- BOMBAL, I., LEONI, F. & LUZZI, M. (2002). *Nuevas redes sociales: los clubes de trueque*. Disponible en <http://lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/ponenciatrieque.pdf>.
- CALVI, J. (2009). *La circulación de productos audiovisuales en Internet. Análisis de una lógica de distribución, intercambio y reproducción cultural en la era digital*. Disponible en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1&rev=65.htm>.
- DELEITO, J. (2001). *Las entidades de gestión de los derechos de la propiedad intelectual*. Disponible en http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_792_93-108_5914BBA40FC7108341C4AA069525E25C.pdf.
- FICSOR, M. (2003). *La gestión colectiva del derecho de autor y los derechos conexos en una triple encrucijada: ¿Deberá seguir siendo voluntaria o podría "ampliarse" o establecerse con carácter obligatorio?* Disponible en http://portal.unesco.org/culture/es/files/14935/10764948831Ficsor_esp.pdf/Ficsor+esp.pdf.
- GARCÍA, M. & ROMERO, M. (2007). *Actitud y ética hacia la piratería musical: Un análisis exploratorio*. Disponible en http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/id/30890362.html.

- GARCÍA, S. (2002). *La sociedad de autores españoles (1899 – 1932)*. Disponible en <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:ETFSerie5-5F48A6BD-B0CA-6624-D2D4-4A92D7DC5087&dsID=PDF>
- GONZALEZ-COTERA, J. (2007). *Introducción al Copyleft – Una perspectiva de su recepción en España*. Disponible en <http://rodin.uca.es:8081/xmlui/bitstream/handle/10498/14304/33757562.pdf?sequence=1>.
- GUERREIRO, S. C. (2011). *Creative Commons e implicações na lei de direitos autorais no Brasil*. Disponible en <http://confibercom.org/anais2011/pdf/341.pdf>.
- LÓPEZ, P. (2011). *Tendencias emergentes de consumo de música digital Internet y el futuro de la industria discográfica: Spotify, un análisis desde la publicidad*. Disponible en http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/31096/Monleon_ActasIVCongreso.pdf?sequence=1
- MIEGEL, F., & OLSSON, T. (2008). *From pirates to politicians: The story of the Swedish file sharers who became a political party*. Disponible en http://www.researchingcommunication.eu/reco_book4.pdf#page=20.
- NETO, H. P. (2003). *Sociedade única ou pluralidade de sociedades*. Disponible en <http://www2.cjf.jus.br/ojs2/index.php/cej/article/view/545/72>.
- O'REILLY, T. (2005). *What is web 2.0 – Design patterns and business models for the next generation of software*. Disponible en <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- PANCORBO, C. (2009). *Gestor de almacenamiento en redes P2P*. Disponible en http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/10016/7579/1/PFC_Carlos_OliasdeLima_Pancorbo.pdf.
- PASCUAL, E. (2003). *La nueva ley de Propiedad Intelectual y las “medidas tecnológicas de protección.”* Disponible en <http://www.it46.se/docs/articles/escuderoa-lpi-spanish-eucd.pdf>.
- RIGHI, R., PELLISSARI, F., & WESTPHALL, C. (2004). *Escambo: um modelo de reputação e micropagamentos para sistemas peer-to-peer*. Disponible en http://www.niee.ufrgs.br/eventos/CBCOMP/2004/html/pdf/Redes_Computadores/t170100182_3.pdf.
- SAMPAIO, S. (2004). *Relato histórico da administração coletiva através do Escritório Central de Direitos Autorais (ECAD)*. Disponible en <http://jus.com.br/revista/texto/7544>.

- SANDULLI, F. & BARBERO, S. (2006). *Crisis en la industria discográfica tradicional. El impacto de la música digital*. Disponible en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo%3D3&rev%3D66.htm>.
- SANDULLI, F., & BARBERO, S. (2005). *El usuario y el proveedor digital: el “reparto musical” en las redes P2P*. Disponible en <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3924>.
- SCHUH, A. (2006). *Contenidos digitales: escenas de los próximos capítulos*. Disponible en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuadern o.asp?idarticulo%3D6&rev%3D69.htm>.
- SHIRKY, C. (2000). *What is P2P...and what isn't?* Disponible en www.openp2p.com/lpt/a/472.
- SMITH, A. (1999). *Why digitize?* Disponible en <http://www.clir.org/pubs/reports/pub80-smith/pub80.pdf>.
- STALLMAN, M. (2004). *Acabando con la Guerra Contra la Práctica de Compartir*. Disponible en <http://stallman.org/articles/end-war-on-sharing.es.html>.
- STALLMAN, M. (2009). *Las propuestas del Partido Pirata sueco y el software libre: el tiro por la culata*. Disponible en <http://www.gnu.org/philosophy/pirate-party.html>.
- VIDAL, D. (2010). *Diseño de una plataforma para el estudio de la publicación de Contenidos en BitTorrent*. Disponible en http://earchivo.uc3m.es/bitstream/10016/9581/1/PFC_David_Rubio_Vidal.pdf.
- WALDROP, M. (2008). *Darpa and the Internet revolution*. Disponible en www.darpa.mil/WorkArea/DownloadAsset.aspx?id=2554.
- ZENTAI, L. & DOMBÓVÁRI, E. (2005). *Edutainment in cartography*. Disponible en <http://lazarus.elte.hu/cet/madrid-2005/zentai.pdf>.

SITIOS WEB CONSULTADOS

Amazon. <http://www.amazon.com>

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. <http://www.aimc.es>

BBC. <http://www.bbc.co.uk>

Biblioteca jurídica virtual. <http://www.bibliojuridica.org>

Businessweek. <http://www.businessweek.com>

Cnet. <http://news.cnet.com>

Creative Commons. <http://creativecommons.org>

Darpa. <http://www.darpa.mil>

El mundo. <http://www.elmundo.es>

El país. <http://www.elpais.com>

Federal Communications Commission. <http://www.fcc.gov>

GNU. <http://www.gnu.org>

IBGE. <http://www.ibge.gov.br>

INE. <http://www.ine.es>

INTERCOM. <http://www.intercom.org.br>

Internet observatory. <http://www.internetobservatory.net>

Ipoque. <http://www.ipoque.com>

P2P foundation. <http://p2pfoundation.net>

Publico. <http://www.publico.es>

SGAE. <http://www.sgae.es>

Soulseek. <http://www.slsknet.org>

Slyck. <http://www.slyck.com>

Softonic. <http://www.softonic.com>

The guardian. <http://www.guardian.co.uk>

Wikipedia. <http://es.wikipedia.org>

World Wide Web Consortium. <http://www.w3.org>

World Intellectual Property Organization. <http://www.wipo.int>

INDICE DE GRAFICOS

- Gráfico 1** – Local de conexión a Internet. (P.217)
- Gráfico 2** – Personas que declararon descargar archivos. desde Internet. (P.218)
- Gráfico 3** – Frecuencia con que los encuestados descargan archivos. (P.219)
- Gráfico 4** – Personas que utilizan programas o redes P2P. (P.220)
- Gráfico 5** – Programas y redes P2P más utilizados. (P.221)
- Gráfico 6** – Tipos de archivos más descargados. (P.222)
- Gráfico 7** – Número de encuestados que mantiene un blog o pagina web. (P.223)
- Gráfico 8** – Personas que trabajan o ejercen actividad vinculada a Internet. (P.224)
- Gráfico 9** – Uso de las redes sociales entre los encuestados. (P.225)
- Gráfico 10** – Personas que declararon haber subido archivos a Internet. (P.226)
- Gráfico 11** – Tipos de archivos subidos a Internet. (P.227)
- Gráfico 12** – Frecuencia de subida de archivos a Internet. (P.228)
- Gráfico 13** – Principales destinos de los archivos subidos a Internet por los encuestados. (P.230)
- Gráfico 14** – Autoría de los archivos subidos a Internet. (P.231)
- Gráfico 15** – Distribución de los encuestados según sexo. (P.232)
- Gráfico 16** – Distribución de los encuestados por banda etaria. (P.233)
- Gráfico 17** – Local de procedencia de los encuestados. (P.234)
- Gráfico 18** – Nivel educacional de los participantes de la encuesta. (P.236)
- Gráfico 19** – Actividades ejercidas por los encuestados. (P.237)
- Gráfico 20** – Personas que declararon descargar archivos desde Internet (por sexo). (P.238)
- Gráfico 21** – Frecuencia de descarga de archivos desde Internet (por sexo). (P.239)
- Gráfico 22** – Uso de redes o programas P2P (por sexo). (P.240)
- Gráfico 23** – Redes o programas P2P más utilizados (por sexo). (P.241)
- Gráfico 24** – tipos de archivos más descargados (por sexo). (P.242)
- Gráfico 25** – personas que mantienen un blog o pagina web (por sexo). (P.243)
- Gráfico 26** – personas que trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías (por sexo). (P.244)
- Gráfico 27** – personas que participan en alguna red social (por sexo). (P.245)
- Gráfico 28** – subida de contenidos a Internet (por sexo). (P.246)
- Gráfico 29** – tipos de contenidos subidos (por sexo). (P.246)
- Gráfico 30** – Frecuencia de subida de contenidos a Internet (por sexo). (P.248)
- Gráfico 31** – Personas que declararon descargar archivos desde Internet (por edad). (P.249)
- Gráfico 32** – Frecuencia de descarga de archivos (por edad).
- Uso de redes P2P* (P.251)

- Gráfico 33** – Uso de redes o programas P2P (por edad). (P.252)
- Gráfico 34** – Redes o programas P2P más utilizados (por edad). (P.253)
- Gráfico 35** - tipos de archivos más descargados (por edad). (P.255)
- Gráfico 36** – personas que mantienen un blog o pagina web (por edad). (P.256)
- Gráfico 37** – personas que trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías (por edad). (P.257)
- Gráfico 38** – personas que participan en alguna red social (por edad). (P.258)
- Gráfico 39** – subida de contenidos a Internet (por edad). (P.259)
- Gráfico 40** – tipos de contenidos subidos (por edad). (P.259)
- Gráfico 41** – Frecuencia de subida de contenidos a Internet (por edad). (P.263)
- Gráfico 42** – Personas que declararon descargar archivos desde Internet (por escolaridad). (P.264)
- Gráfico 43** – Frecuencia de descarga de archivos (por escolaridad). (P.266)
- Gráfico 44** – Uso de redes o programas P2P (por escolaridad). (P.267)
- Gráfico 45** – Redes o programas P2P más utilizados (por escolaridad). (P.268)
- Gráfico 46** - tipos de archivos más descargados (por escolaridad). (P.270)
- Gráfico 47** – personas que mantienen un blog o pagina web (por escolaridad). (P.271)
- Gráfico 48** – personas que trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías (por escolaridad). (P.272)
- Gráfico 49** – personas que participan en alguna red social (por escolaridad). (P.274)
- Gráfico 50** – subida de contenidos a Internet (por escolaridad). (P.275)
- Gráfico 51** – tipos de contenidos subidos (por escolaridad). (P.276)
- Gráfico 52** – Frecuencia de subida de contenidos a Internet (por escolaridad). (P.278)
- Gráfico 53** – Personas que declararon descargar archivos desde Internet (por actividad). (P.279)
- Gráfico 54** – Frecuencia de descarga de archivos (por actividad). (P.280)
- Gráfico 55** – Uso de redes o programas P2P (por actividad). (P.281)
- Gráfico 56** – Redes o programas P2P más utilizados (por actividad) (P.282)
- Gráfico 57** - tipos de archivos más descargados (por actividad). (P.284)
- Gráfico 58** – personas que mantienen un blog o pagina web (por actividad). (P.285)
- Gráfico 59** – personas que trabajan o ejercen alguna actividad vinculada a Internet o nuevas tecnologías (por actividad). (P.286)
- Gráfico 60** – personas que participan en alguna red social (por actividad). (P.287)
- Gráfico 61** – subida de contenidos a Internet (por actividad). (P.288)
- Gráfico 62** – tipos de contenidos subidos (por actividad). (P.289)
- Gráfico 63** – Frecuencia de subida de contenidos a Internet (por actividad). (P.290)
- Gráfico 64** – *Tipos de redes más utilizadas* (por usuarios P2P). (P.291)
- Gráfico 65** – *Tipos de archivos más descargados* (por usuarios P2P). (P.292)
- Gráfico 66** – *Personas que mantienen blog o página web* (por usuarios P2P). (P.293)

Gráfico 67 – *Personas que trabajan o ejercen actividades vinculadas a Internet* (por usuarios P2P). (P.294)

Gráfico 68 – *Uso de redes sociales* (por usuarios P2P). (P.295)

Gráfico 69 – *Subida de contenidos* (por usuarios P2P). (P.295)

Gráfico 70 – *Tipos de contenidos más subidos* (por usuarios P2P). (P.296)

Gráfico 71 – *Frecuencia de subida de archivos* (por usuarios P2P). (P.297)

Gráfico 72 – *Autoría de los contenidos* (por usuarios P2P). (P.298)

Gráfico 73 – *Destino de los archivos subidos* (por usuarios P2P). (P.299)

Gráfico 74 – *Usuarios P2P* (por sexo).

Gráfico 75 – *Usuarios P2P* (por edad).

Gráfico 76 – *Usuarios P2P* (por nacionalidad).

Gráfico 77 – *Usuarios P2P* (por escolaridad).

Gráfico 78 – *Usuarios P2P* (por actividad).